

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. POS INDONESIA  
CABANG PADEMANGAN TIMUR JAKARTA UTARA**

**Oleh :**

**Nama : Putri Wulandari**

**NIM : 23140625**

**SKRIPSI**

**Jurusan : Manajemen**

**Konsentrasi : Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA  
JANUARI 2018**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. POS INDONESIA CABANG PADEMANGAN TIMUR JAKARTA UTARA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Diajukan Oleh :**

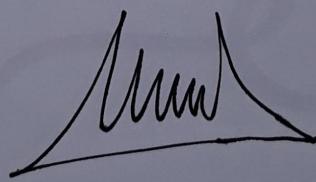
**Nama : Putri Wulandari**

**NIM : 23140625**

**Jakarta, Februari 2018**

**Disetujui Oleh :**

**Dosen Pebimbing**



(Muhammad Fuad, SE., MP.)

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**  
**JAKARTA**  
**JANUARI 2018**

Putri Wulandari / 23140625 / 2018 / Pengaruh Kualitas Layanan dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pademangan Timur, Jakarta Utara / Pembimbing : Muhammad Fuad, SE., MP

## ABSTRAK

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memudahkan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas Pelanggan merupakan salah satu tujuan perusahaan dimana pelanggan akan terus melakukan pembelian ulang. Salah satu bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis payment dan pengiriman barang. PT. Pos Indonesia adalah perusahaan BUMN yang menyediakan beberapa layanan jasa seperti payment dan pengiriman barang. PT. Pos Indonesia telah memiliki kepercayaan merek yang baik, tetapi terkendala karena munculnya perusahaan sejenis. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan brand trust terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pademangan Timur, Jakarta Utara.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah definisi jasa, kualitas layanan, definisi *brand trust*, dan loyalitas pelanggan. Kemudian didukung oleh teori dimensi-dimensi dari variabel yang dijadikan acuan dalam pembuatan pertanyaan kuesioner.

Obyek penelitian ini adalah PT. Pos Indonesia cabang Pademangan Timur Jakarta Utara. Sampel penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa PT. Pos Indonesia cabang Pademangan Timur Jakarta Utara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Judgement Sampling*. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Pademangan Timur Jakarta Utara dengan total 105 responden. Teknik analisis data untuk menguji masing-masing variabel dan hipotesis adalah menggunakan SPSS 20.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan variabel brand trust berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas layanan, *brand trust*, loyalitas pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin iBIKKG.



**(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

## ABSTRACT

*In today's business era, competition in business is getting tighter. This increasingly fierce competition requires business people to be able to maximize their company's performance in order to compete in the market. Understanding customer needs, wants, and demands will make it easier for companies to design marketing strategies to create customer loyalty. Customer Loyalty is one of the company's goals where customers will continue to repurchase. One of the businesses that also feel the tightness of competition now is business payment and delivery of goods. PT. Pos Indonesia is a state-owned company that provides several services such as payment and delivery of goods. PT. Pos Indonesia has a good brand trust, but is hampered by the emergence of similar companies. Therefore, the authors are interested to conduct research on the influence of service quality and brand trust on customer loyalty PT. Pos Indonesia East Pademangan Branches, North Jakarta.*

*The theory underlying this research is the definition of service, service quality, brand trust definition, and customer loyalty. Then supported by the theory of dimensions of the variables that made reference in making questionnaires question.*

*The object of this research is PT. Pos Indonesia branch of East Pademangan North Jakarta. The sample of this research is customers who use the services of PT. Pos Indonesia branch of East Pademangan North Jakarta. Sampling technique used is Judgment Sampling. Sample collection is done by distributing questionnaires directly to customers of PT. Pos Indonesia branch of East Pademangan North Jakarta with a total of 105 respondents. Data analysis technique to test each variable and hypothesis is using SPSS 20*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Keywords:** service quality, brand trust, customer loyalty.

## KATA PENGANTAR

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Terima kasih Allah SWT karena atas rahmat dan anugerah-Nya akhirnya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu . Tujuan pembuatan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena bimbingan, pengarahan, saran, dukungan dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

Bapak Muhammad Fuad, SE., MP. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja ini dengan baik.

Bapak Drs. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E. selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan bagi penulis selama menempuh masa studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Kedua orang tua dan adik penulis yang selalu mendukung, memberikan semangat dan menyertai penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dan menempuh perkuliahan.

Segenap Dosen, staf pengajar, dan staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business atas segala bantuan untuk penulis.

5. Teman-teman yang selalu mendukung, memberikan semangat, memberikan bantuan kepada penulis selama perkuliahan dan berbagi ilmu bersama baik dalam kegiatan perkuliahan maupun belajar bersama.

Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tulisan dan penyusunan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Maka dari itu penulis bersedia menerima kritik dan saran yang dapat membantu dan membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 27 Februari 2018

Penulis

**(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>ABSTRACT .....</b>	ii
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	iii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	v
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	vi
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	vii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Batasan Penelitian.....	8
E. Rumusan Masalah .....	8
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	10
A. Landasan Teori .....	10
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	30
D. Hipotesis Penelitian .....	31
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	32
A. Objek Penelitian .....	32
B. Desain Penelitian .....	32
C. Variabel Penelitian.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data .....	39
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	39
F. Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	47

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

A. Gambaran Umum Obyek Perusahaan.....	47
B. Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas .....	51
C. Analisis Deskriptif .....	56
D. Hasil Uji Analisis.....	66
E. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	73
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
A. Simpulan.....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

<b>(C)</b>	<b>Tabel 1.1 Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2016-2017.....</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>25</b>	
<b>Tabel 3.1 Indikator dan Pengukuran Variabel Kualitas Layanan .....</b>	<b>35</b>	
<b>Tabel 3.2 Indikator dan Pengukuran Variabel <i>Brand Trust</i> .....</b>	<b>37</b>	
<b>Tabel 3.3 Indikator dan Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>38</b>	
<b>Tabel 3.4 Rentang Skala .....</b>	<b>41</b>	
<b>Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (KL).....</b>	<b>52</b>	
<b>Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust (BT).....</b>	<b>53</b>	
<b>Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (LP) .....</b>	<b>54</b>	
<b>Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>56</b>	
<b>Tabel 4.5 Jumlah dan Persentase Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>57</b>	
<b>Tabel 4.6 Jumlah dan Persentase Usia Responden .....</b>	<b>57</b>	
<b>Tabel 4.7 Jumlah dan Persentase Pekerjaan Responden .....</b>	<b>58</b>	
<b>Tabel 4.8 Jumlah dan Persentase Status Responden .....</b>	<b>59</b>	
<b>Tabel 4.9 Jumlah dan Presentase Penghasilan Responden .....</b>	<b>59</b>	
<b>Tabel 4.10 Rata-Rata Kualitas Layanan.....</b>	<b>60</b>	
<b>Tabel 4.11 Rata-Rata Brand Trust .....</b>	<b>63</b>	
<b>Tabel 4.12 Rata-Rata Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>65</b>	
<b>Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>67</b>	
<b>Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>68</b>	
<b>Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik F.....</b>	<b>68</b>	
<b>Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t.....</b>	<b>69</b>	
<b>Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>71</b>	
<b>Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>71</b>	
<b>Tabel 4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas.....</b>	<b>72</b>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

(C)

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia Cabang Pademangan Timur .....	49
Gambar 4.2 Rentang Skala Kualitas Layanan .....	62
Gambar 4.3 Rentang Skala Brand Trust .....	64
Gambar 4.4 Rentang Skala Loyalitas Pelanggan.....	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.