

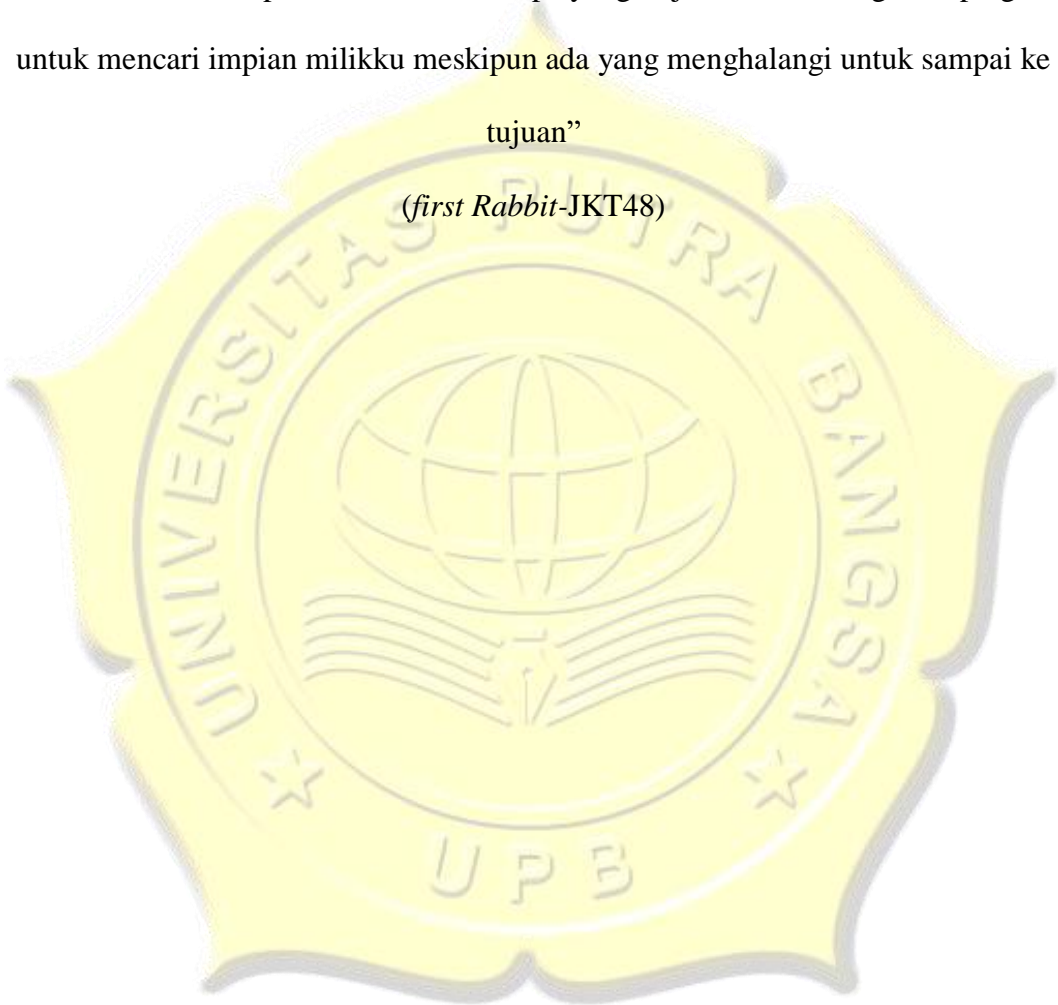
HALAMAN MOTTO

“Diamku adalah perjalanan untuk membuatmu diam”

(Danar Widiyanto)

“Aku tidak takut pada luka dan sakit apa yang terjadi, ku takkan gentar pergi untuk mencari impian milikku meskipun ada yang menghalangi untuk sampai ke tujuan”

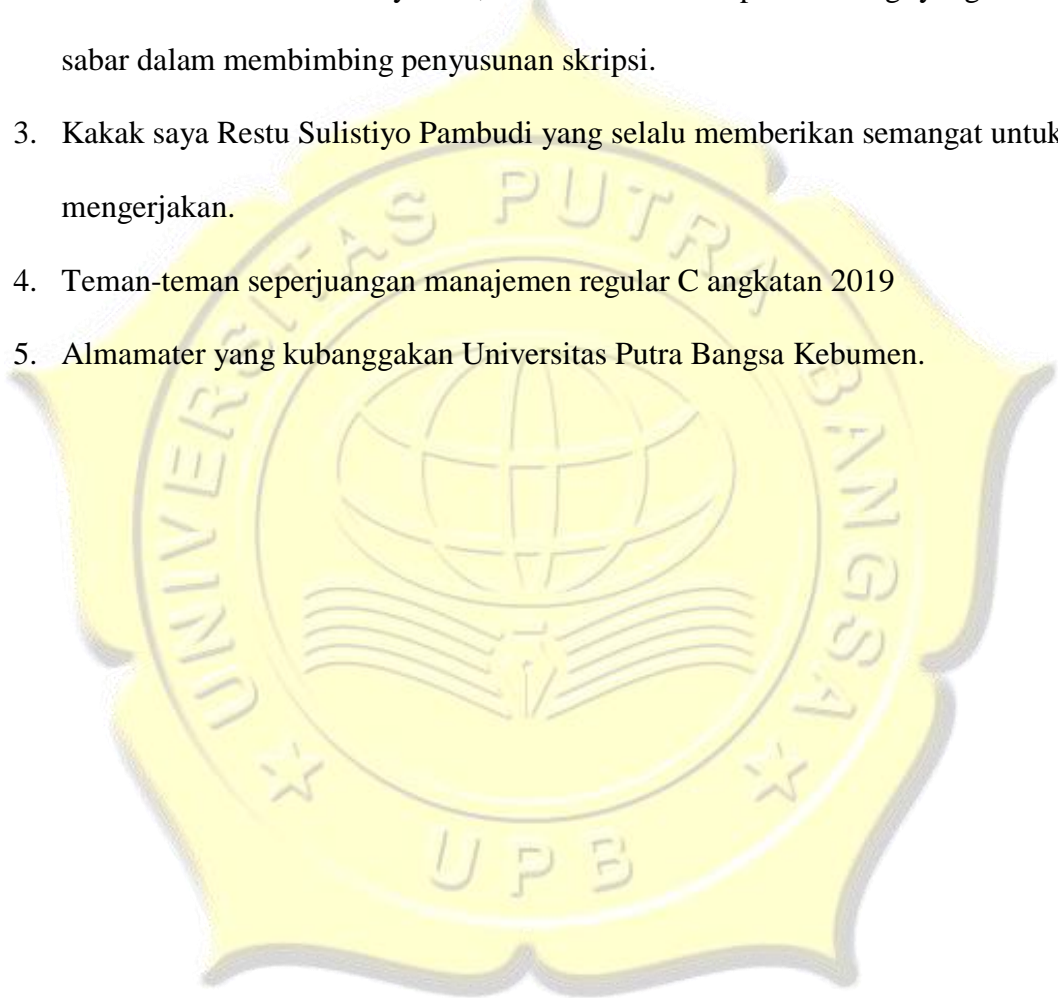
(first Rabbit-JKT48)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesainya skripsi ini maka penulis mempersembahkan sebagai tanda terimakasih kepada :

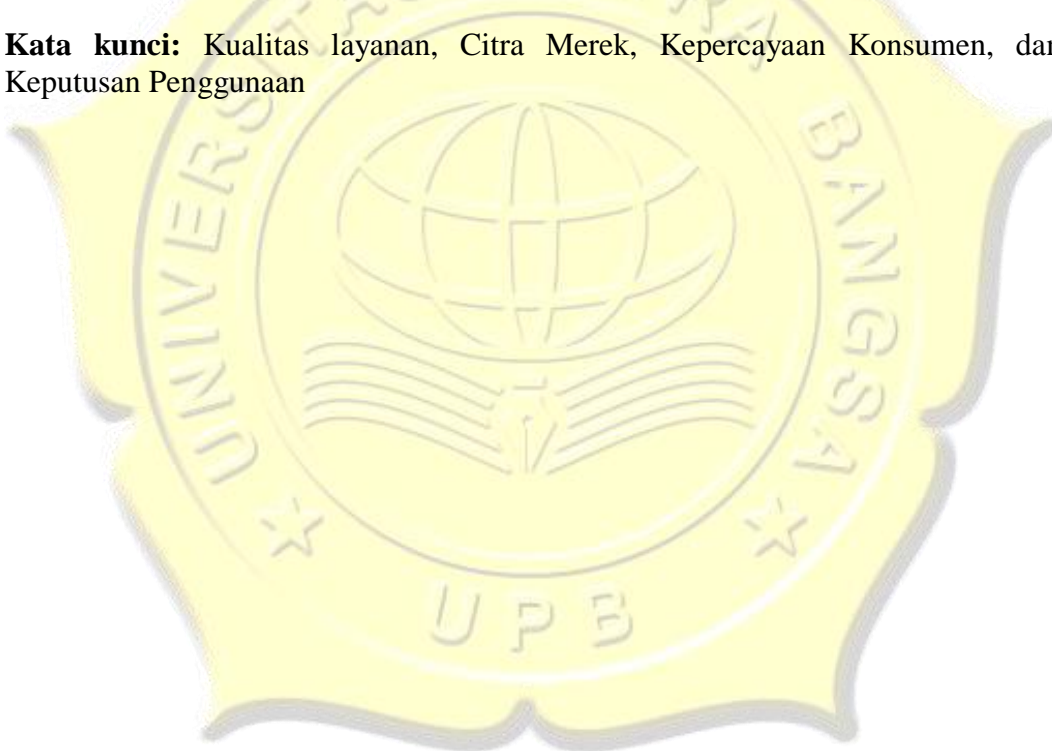
1. Kedua orang tua Bapak Tugino dan Ibu Surati atas doa dan dukungannya.
2. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing penyusunan skripsi.
3. Kakak saya Restu Sulistiyo Pambudi yang selalu memberikan semangat untuk mengerjakan.
4. Teman-teman seperjuangan manajemen regular C angkatan 2019
5. Almamater yang kubanggakan Universitas Putra Bangsa Kebumen.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan (studi pada pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* yaitu kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis terdiri dari uji t, uji koefisien determinasi dan uji F dengan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan, variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dan variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Serta kualitas layanan, citra merek dan Kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

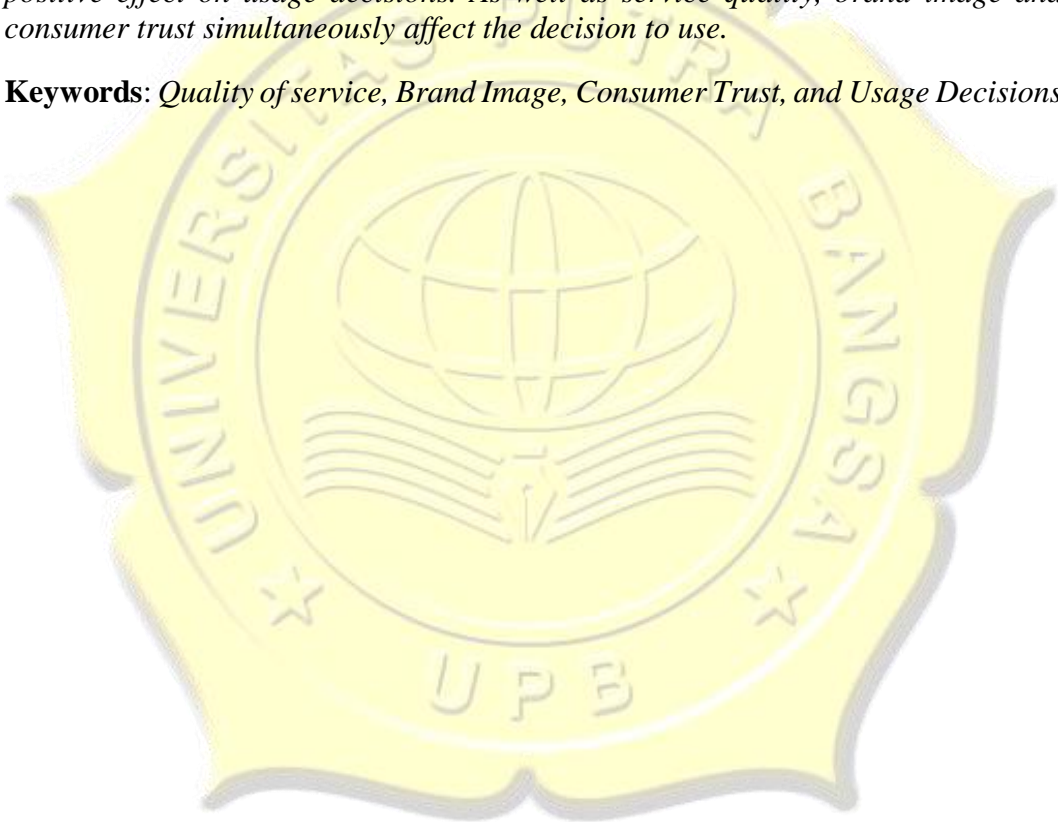
Kata kunci: Kualitas layanan, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Penggunaan



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Brand Image, Consumer Trust on Usage Decisions (studies on J&T Express delivery service users in Kebumen Regency). The population in this study are users of the J&T Express delivery service in Kebumen Regency. The sampling technique used non-probability sampling, namely purposive sampling, namely pure positive sampling to 100 respondents. The data analysis used is an instrument test consisting of validity and reliability tests, the classical assumption test consisting of a normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing consisting of t test, coefficient of determination test and F test with the SPSS 25 program. The results of this study indicate that the service quality variable has a positive effect on usage decisions, the brand image variable has no effect on usage decisions and the consumer trust variable has a positive effect on usage decisions. As well as service quality, brand image and consumer trust simultaneously affect the decision to use.

Keywords: *Quality of service, Brand Image, Consumer Trust, and Usage Decisions*



KATA PENGANTAR

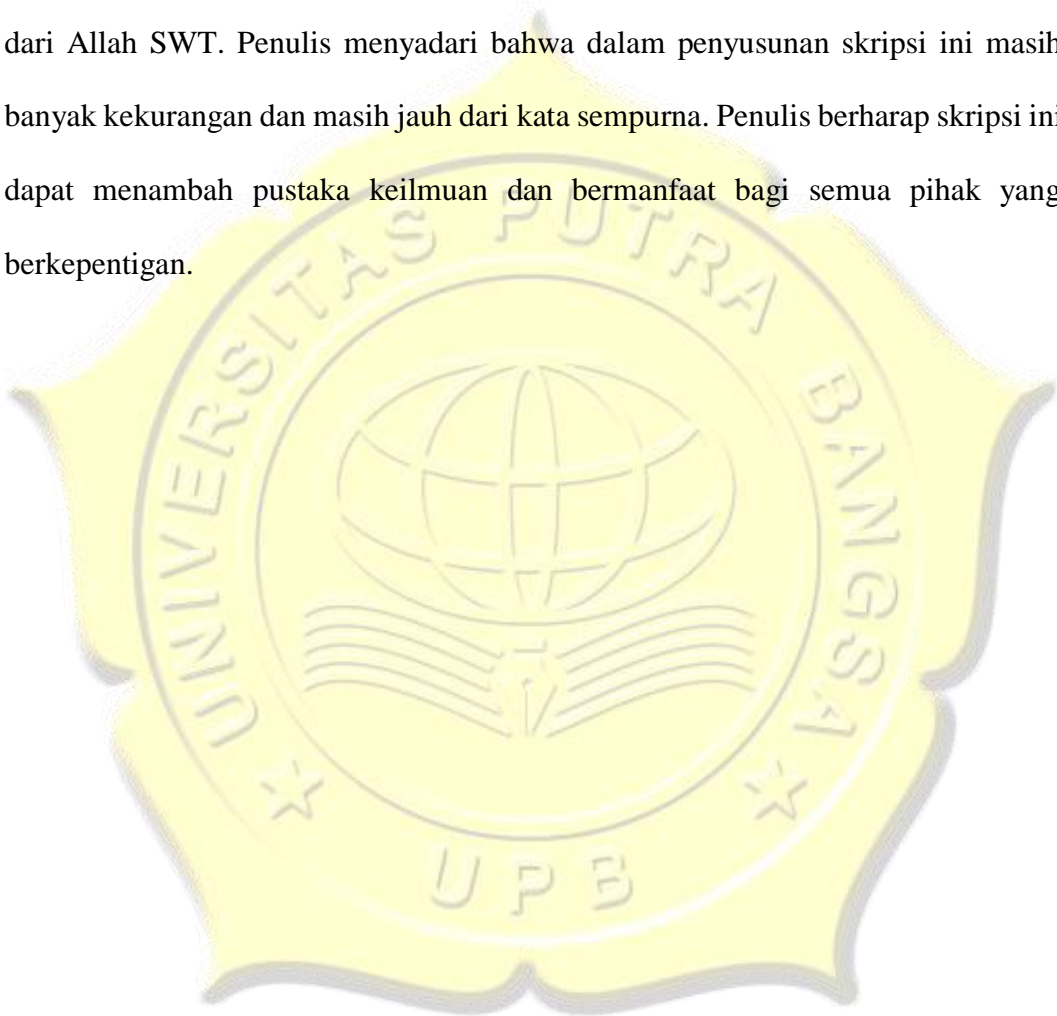
Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN J&T EXPRESS DI KABUPATEN KEBUMEN** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Selama penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E.,M.M. Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin., S.E.,M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Tugino dan Ibu Surati atas doa dan dukungannya.
6. Masyarakat Kabupaten Kebumen yang telah bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
8. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



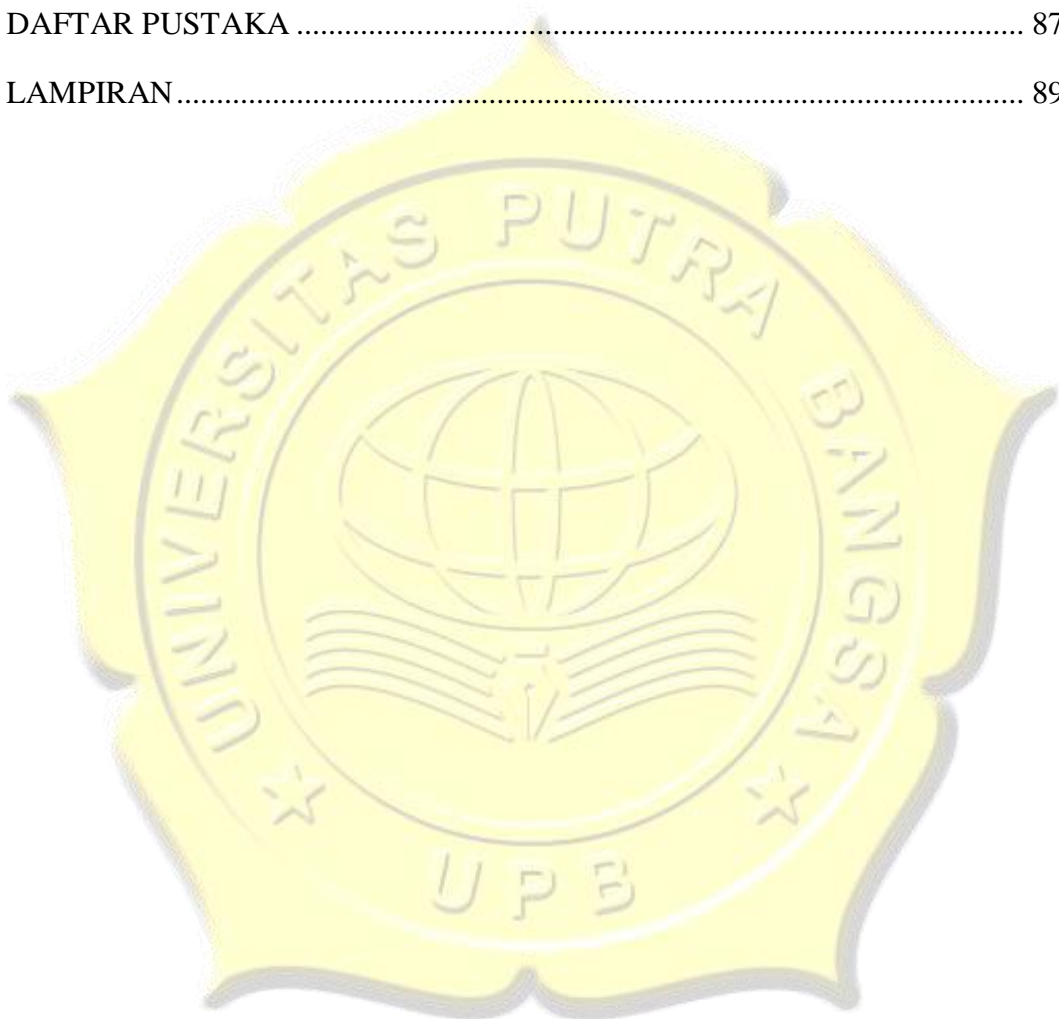
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2. Keputusan Penggunaan.....	20

2.1.3. Kualitas Layanan.....	22
2.1.4. Citra Merek.....	24
2.1.5. Kepercayaan Konsumen.....	27
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	34
2.4. Model Empiris.....	35
2.5. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.1.1 Objek penelitian.....	38
3.1.2 Subjek Penelitian.....	38
3.2 Variabel Penelitian.....	38
3.2.1 Variabel Terikat (<i>dependent</i>).....	39
3.2.2 Variabel Bebas (<i>independent</i>).....	39
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3.1 Keputusan Penggunaan.....	39
3.3.2 Kualitas Layanan.....	40
3.3.3 Citra Merek.....	41
3.3.4 Kepercayaan Konsumen.....	42
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1 Jenis Data.....	44
3.5.2 Jenis Pengumpulan Data.....	45
3.6 Populasi dan Sampel.....	46
3.6.1 Populasi penelitian.....	46

3.6.2	Sampel Penelitian.....	46
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel	46
3.7	Teknik Analisis.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif	47
3.7.2	Analisis Kuantitatif.....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		57
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	57
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.2.	Analisi Deskriptif	60
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.3.	Analisis Statistik.....	63
4.3.1	Uji Instrumen.....	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.3.4	Uji Hipotesis	73
4.4.	Pembahasan	77
4.4.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	77
4.4.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	78
4.4.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan	79
BAB V SIMPULAN		80

5.1. Simpulan.....	80
5.2. Keterbatasan	81
5.3. Implikasi.....	83
5.3.1 Implikasi Praktis.....	83
5.3.2 Implikasi Teoritis	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan penggunaan	40
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kualitas Layanan.....	41
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel citra merek.....	41
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kepercayaan Konsumen	42
Tabel IV- 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel IV- 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
Tabel IV- 4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	64
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Citra Merek	65
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen.....	65
Tabel IV- 8 Uji Validitas Keputusan Penggunaan.....	66
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reabilitas	67
Tabel IV- 10 Hasil Uji Kolmogorov	68
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel IV- 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	74
Tabel IV- 14 Hasil uji simultan (Uji f).....	76
Tabel IV- 15 Hasil Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar II- 2 Model Empires	36
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Data Responden
Lampiran 3	: Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 4	: Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	: Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 6	: Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 7	: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 8	: Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 9	: Tabel r
Lampiran 10	: Tabel t
Lampiran 11	: Tabel F
Lampiran 12	: Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 13	: Kartu Peserta Seminar