

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *BRAND AMBASSADOR*, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
J&T EXPRESS GRESIK MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA

Studi Kasus : J&T Express DP Gresik Jl. Dr. Wahidin



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayahnya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan pengalaman kerja lapangan yang berjudul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, BRAND AMBASSADOR, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA J&T EXPRESS GRESIK MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA". Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat mahasiswa untuk menyelesaikan program Strata I (S-I).

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua yang tak pernah lelah memberikan dukungan, baik dalam dukungan moral dan spiritual untuk menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Said Salim Dahda ST.MT. selaku dosen pembimbing I di Universitas Muhammadiyah Gresik yang dengan sabar membimbing dan memberikan masukan serta motivasi dengan sepenuh hati dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dzakiyah Widyaningrum ST.M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang dengan sangat sabar dan berbesar hati menuntun, memberikan masukan, dukungan atau motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dzakiyah Widyaningrum, M.Sc selaku ketua jurusan Teknik Industri di Universitas Muhammadiyah Gresik.
5. PT. Karya Niaga Abadi khusus nya J&T Express cabang Gresik yang telah memberikan izin dan memberikan segala bantuannya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Melawan Ciloko yang memberikan dukungan, motivasi, inspirasi serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kami menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Gresik, 15 November 2019

Penulis

M. Adrien Bagas Starda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, *brand ambassador*, dan citra merek terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa J&T secara parsial dan simultan menggunakan metode regresi linier berganda. Variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X1), Promosi (X2), Brand ambassador (X3), Citra Merek (X4), Dan Keputusan Pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa ekspedisi di J&T Express Gresik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan menggunakan purposive sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dari responden berupa penilaian terhadap masing-masing variabel dianalisis dengan menggunakan analisis regresi bertahap. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di J&T Express Gresik dengan nilai t hitung sebesar 3,096 dan nilai signifikansi 0,003, Promosi (X2) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di J&T Express Gresik dengan nilai t hitung sebesar 2,842 dan nilai signifikansi 0,005, *Brand Ambassador* (X3) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di J&T Express Gresik dengan nilai t hitung sebesar 2,638 dan nilai signifikansi 0,010, Citra Merek (X4) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di J&T Express Gresik dengan nilai t hitung sebesar 2,172 dan nilai signifikansi 0,032, dan Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), *Brand Ambassador* (X3), dan Citra Merek (X4) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) di J&T Express Gresik dengan nilai F hitung sebesar 27,367 dan nilai signifikansi sebesar 0.000.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Promosi, Brand Ambassador, Citra Merek, Keputusan Pembelian Konsumen*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, promotion, brand ambassadors, and brand image on consumer decisions using J&T services partially and simultaneously using multiple linear regression methods. Variables in this study include service quality (X1), Promotion (X2), Brand ambassador (X3), Brand Image (X4), and Purchase Decision (Y). The population in this study are consumers who use the services of an expedition in J&T Express Gresik. The sample used in this study were 100 respondents taken using purposive sampling and data collection methods using a questionnaire. Data from respondents in the form of an assessment of each variable were analyzed using stepwise regression analysis. This study produces findings that Service Quality (X1) has a significant positive partial effect on purchasing decisions (Y) in J&T Express Gresik with a t value of 3.096 and significance value of 0.003, Promotion (X2) has a significant positive partial effect on purchasing decisions (Y) in J&T Express Gresik with a t value of 2.842 and a significance value of 0.005, Brand Ambassador (X3) has a significant positive partial effect on purchasing decisions (Y) in J&T Express Gresik with a t value of 2.638 and a significance value of 0.010, Brand Image (X3) X4) partially significant positive effect on purchasing decisions (Y) in J&T Express Gresik with a t value of 2.172 and a significance value of 0.032, and Service Quality (X1), Promotion (X2), Brand Ambassador (X3), and Brand Image (X4) simultaneously influence the purchase decision (Y) in J&T Express Gresik with a calculated F value of 27.376 and the value of significance of 0,000.

Keywords: ***Service Quality, Promotion, Brand Ambassador, Brand Image, Consumer Purchasing Decisions***

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Masalah	5
1.6. Asumsi Asumsi	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Keputusan Penggunaan Jasa	8
2.1.1. Pengertian Keputusan Penggunaan jasa.....	8
2.1.2. Faktor Faktor Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian	10
2.2. Kualitas Pelayanan	10
2.2.1. Pengertian Kualitas pelayanan	10
2.2.2. Karasteristik Kualitas Pelayanan	11
2.2.3. Dimensi / indikator Kualitas Pelayanan.....	12
2.3. Promosi.....	13
2.3.1. Pengertian Promosi	13
2.3.2. Tujuan Promosi	14
2.3.3. Indikator Promosi	14
2.4. <i>Brand Ambassador</i>	15
2.4.1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	15
2.4.2. Karasteristik <i>Brand Ambassador</i>	16
2.4.3. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	16
2.5. Citra Merek	16
2.5.1. Pengertian citra merek	16
2.5.2. Manfaat Citra Merek.....	17
2.5.3. Indikator citra merek	18

2.6. Hubungan Antar Variabel.....	18
2.7. SPSS (<i>Statistical Product and Service Solutions</i>)	19
2.8. Penelitian Sebelumnya	21
 BAB III : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	 23
3.1. <i>Flow Chart</i>	24
3.2. Studi Pendahuluan.....	25
3.3. Studi Lapangan.....	25
3.4. Studi Literatur	25
3.5. Perumusan Masalah.....	25
3.6. Tujuan Penelitian	26
3.7. Hipotesis Penelitian	26
3.8. Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.8.1. Populasi	27
3.8.2. Sampel	27
3.9. Identifikasi dan Pengukuran Variabel	27
3.9.1. Identifikasi Variabel.....	27
3.9.2. Pengukuran Variabel.....	28
3.10.Pengumpulan Data	28
3.11.Pengolahan Data.....	29
3.11.1. Uji Validitas	29
3.11.2. Uji Reliabilitas	29
3.11.3. Uji Normalitas	29
3.11.4. Uji Multikolinieritas	29
3.11.5. Uji Heteroskedastisitas	30
3.11.6. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	30
3.11.7. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	31
3.11.8. Analisis Data (Analisis Regresi Linier Berganda) ..	31
 BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	 33
4.1. Uji Kecukupan Data	33
4.2. Pengumpulan Data	33
4.2.1. Data Primer.....	33
4.2.2. Data Sekunder.....	33
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	34
4.3.1. Karakteristik Responden	34
4.3.2. Deskripsi Responden.....	34
4.4. Tanggapan Responden.....	35
4.4.1. Kualitas Pelayanan (X1).....	36
4.4.2. Promosi (X2)	37
4.4.3. <i>Brand Ambassador</i> (X3)	38
4.4.4. Citra Merek (X4)	39
4.4.5. Keputusan Pembelian (Y)	40
4.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.5.1. Uji Validitas.....	41

4.5.2. Uji Reliabilitas	42
4.6. Uji Asumsi Klasik	43
4.6.1. Uji Normalitas	43
4.6.2. Uji Multikolinieritas.....	43
4.6.3. Uji Heteroskedastisitas	44
4.7. Uji Hipotesis	44
4.7.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	44
4.7.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	46
4.8. Analisis Data.....	47
4.8.1. Analisis Data (Analisis Regresi Linier Berganda) ..	47
4.8.2. Koefesien Determinasi (R^2).....	47
 BAB V : Analisis Dan Interpretasi	49
5.1. Analisis Dan Interpretasi	49
5.1.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50
5.1.2. Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	51
5.1.3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	51
5.1.4. Pengaruh Citra Merek (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	52
5.1.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), <i>Brand Ambassador</i> (X3), dan Citra Merek (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	52
 BAB VI : Kesimpulan Dan Saran	54
6.1. Kesimpulan	54
6.2. Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Tabel pengiriman barang di PT. Karya Niaga Abadi	2
Tabel 3. 1 Tabel Identifikasi Variabel Penelitian.	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden	36
Tabel 4. 4 Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X1).....	36
Tabel 4. 5 Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kualitas Promosi (X2).....	37
Tabel 4. 6 Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kualitas <i>Brand Ambassador</i> (X3).....	38
Tabel 4. 7 Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kualitas Citra Merek (X4).....	39
Tabel 4. 8 Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kualitas Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4. 13 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	45
Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	46
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
Table 5.1. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 <i>Flow Chart</i>	24
Gambar 3.2 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Responden

Lampiran 3 Hasil SPSS

Lampiran 4 Tabel r

Lampiran 5 Tabel T

Lampiran 6 Tabel F

