

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST* DAN
SATISFACTION TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Studi Pada JNE Express Jepara)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama

Disusun oleh.

AKHMAD SYAIKHURRAFIQ
NIM. 161110001947

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST* DAN *SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* (Studi Pada JNE Express Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan
tim penguji Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

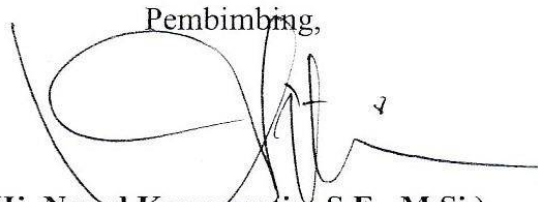
Nama : Akhmad Syaikhurrafiq

NIM : 161110001947

Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing,

Pembimbing,



(Hj. Nural Komaryatin, S.E., M.Si.)
NIY. 1 701015 97 013

Tanggal : 15 Juni 2021

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST* DAN *SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Studi Pada JNE Express Jepara)

Nama : Akhmad Syaikhurrafiq

NIM : 161110001947

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul ulama Jepara.
Pada hari **Kamis**, tanggal **23 September 2021**.

Penguji I

(Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.)
NIY. 1740719 99 134

Penguji II

(Hadi Ismanto, S.E., M.M.)
NIY. 1 801229 11 075

Pengesahan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UNISNU Jepara

(H. Noor Arifin, S.E., M.Si.)

NIY. 1 680817 08 055

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG ITU MELAINKAN SESUAI
DENGAN KEMAMPUANYA. (QS.Al-Baqarah : 286)

*THERE IS NO EASY WALK TO FREEDOM ANYWHERE, AND MANY OF US
WILL HAVE TO PASS THROUGH THE VALLEY OF THE SHADOW OF
DEATH, AGAIN AND AGAIN BEFORE WE WE REACH THE MOUNTAIN TOP
OF OUR DESIRES (Nelson Mandela)*

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lainnya.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul: **“Pengaruh *Brand Image*, *Trust* Dan *Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada Jne Express Jepara)”**.
2. Saya juga mengakui dan menyadari bahwa hasil karya akhir ini, dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Bapak **Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si..**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 15 Juni 2021



Akhmad Syaikurrafiq

NIM. 161110001947

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Brand Image, Trust, dan Satisfaction Terhadap Customer Loyalty (Studi Pada JNE Express Jepara)

Penulis : Akhmad Syaikhurrafiq

NIM : 161110001947

Prodi : Manajemen

Pembimbing I : Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.

Pembimbing II : -

Penguji I : Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.

Penguji II : Hadi Ismanto, S.E., M.M.

Tanggal Ujian : 23 September 2021

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis kurir yang diketahui penyebarannya di Jepara yang semakin meningkat. Bisnis kurir menjadi sumber utama kebutuhan masyarakat Jepara dalam memenuhi kebutuhan pengiriman ekspres.

Tujuan dari penelitian ini yaitu *Custommer Loyalty* bagaimana mengetahui hubungan variabel *Custommer Loyalty* dengan variabel yang mempengaruhi, dengan mengambil sampel responden melalui konsumen JNE Jepara sebanyak 97 orang. Jumlah sampel tersebut diambil menggunakan teknik *Non probability Sampling* dengan menentukan sampel atau jenis penelitian dengan menggunakan *accidental sampling*. Variabel Independen penelitian ini adalah *Brand Image* (X_1), *Trust* (X_2), dan *Satisfaction* (X_3) serta *Custommer Loyalty* sebagai Variabel Dependen (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* (X_1) dan *Trust* (X_2) berpengaruh positif terhadap *Custommer Loyalty*. Sedangkan variabel *Satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *Custommer Loyalty*, dengan Nilai signifikan 0,332 lebih besar dari $> 0,025$ ($\alpha = \text{alpha}$). Hasil uji secara parsial memiliki nilai t_{hitung} (0,974) lebih kecil dari $< t_{\text{tabel}}$ (1,661). Sedangkan secara simultan Variabel *Brand Image* (X_1), *Trust* (X_2), dan *Satisfaction* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Custommer Loyalty*. Dengan uji statistik F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yaitu $56,675 > 2,70$, untuk nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien Determinasi dalam penelitian ini yaitu 0,635. Hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 63,5% , sedangkan sisanya 36,5% dijelaskan faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *Brand Image, Trust, Satisfaction, Custommer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, dan tidak pula junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, *Trust* Dan *Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada JNE Express Jepara)”**

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan maupun petunjuk dan saran dari semua pihak. Maka dari itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya :

1. Bapak **Dr. H. Sa'dullah Assaidi, M.Ag.** selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak **H. Noor Arifin, S.E., M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak **M. Yunies Edward, S.E., M.M.** selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Ibu **Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.** selaku dosen yang berkenan memberikan saran serta kritik terselesainya karya tulis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani Studi di UNISNU Jepara.
6. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya Skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan support dan doanya.
9. Kepada Owner JNE Express Jepara yang telah memberikan waktu izin dan dukungannya serta wawasannya kepada penulis selama melakukan observasi.

10. Serta seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis ini masih terdapat banyak kekurangan, kritik serta saran yang sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang, maka penulis mengucapkan terima kasih yang tak terkira, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jepara, 20 September 2021

Penulis

Akhmad Syaikurrafiq

NIM. 161110001947

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAKSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.2. <i>Brand Image</i>	17
2.1.3. <i>Trust</i>	20
2.1.4. <i>Satisfaction</i>	23

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT)	27
2.4.	Perumusan Hipotesis	28
2.4.1.	Citra Merk (X1).....	28
2.4.2.	<i>Trust</i> (X2)	29
2.4.3.	<i>Satisfaction</i> (X3).....	30
2.4.4.	<i>Brand Image, Trust, dan Satisfaction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> ..	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1.	Variabel penelitian dan Definisi operasional variabel	32
3.1.1.	Variabel penelitian	32
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.2.	Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1.	Jenis Data	34
3.2.2.	Sumber Data.....	34
3.3.	Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel .	35
3.3.1.	Populasi.....	35
3.3.2.	Jumlah Sampel	35
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data	37
3.5.	Metode Pengolahan Data Penelitian.....	37
3.5.1.	<i>Editing</i>	38
3.5.2.	<i>Scoring</i>	38
3.5.3.	<i>Coding</i>	38
3.5.4.	<i>Tabulating</i>	38

3.6. Metode Analisis.....	39
3.6.1. Uji Validitas	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	39
3.6.3. Uji asumsi klasik.....	40
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.6.5. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Gambaran Umum Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	46
4.2. Deskripsi Responden.....	47
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Status	50
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Menggunakan Jasa...	51
4.3. Diskripsi Variabel	52
4.3.1. <i>Variabel Brand Image</i>	53
4.3.2. <i>Variabel Trust</i>	54
4.3.3. <i>Variabel Satisfaction</i>	56
4.1.1. <i>Variabel Custommer Loyalty</i>	57
4.4. Analisis Data	59
4.4.1. Uji Validitas	59
4.4.2. Uji Reliabilitas	61
4.5. Uji Asusmi Klasik	61

4.5.1. Uji Normalitas	61
4.5.2. Uji Heteroskedastitas	64
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.7. Uji Hipotesis.....	69
4.7.1. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	69
4.7.2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	71
4.8. Koefisien Determinasi	74
4.9. Pembahasan	75
4.9.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Custommer Loyalty</i>	75
4.9.2. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Custommer Loyalty</i>	76
4.9.3. Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Custommer Loyalty</i>	78
4.9.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Trust</i> , dan <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Custommer Loyalty</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Fase 2 Kategori Kurir Domestik Indonesia Tahun 2017-2019	3
Tabel 1. 2 Data POD Paket Barang PT JNE Jepara Bulan Januari-Desember 2020	4
Tabel 1. 3 Tabel Research Gap	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Skala Likert.....	37
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	48
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status.....	50
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan	52
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	53
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i>	54
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	56
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Custommer Loyalty</i>	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 13 <i>Kolmogorov Smirnov</i>	63
Tabel 4. 14 Uji Glejser	66
Tabel 4. 15 Uji Multikoloieritas.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4. 19 Nilai Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT)	28
Gambar 3.1 Uji F	44
Gambar 3.2 Uji.....	45
Gambar 4. 1 <i>Grafik Normal Probability Plot</i>	62
Gambar 4. 2 Scatterplot Uji Heteroskedastistas.....	65
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan Uji F	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran. 2 Hasil Jawaban Responden	90
Lampiran. 3 Deskripsi Responden	96
Lampiran. 4 Deskripsi Variabel	97
Lampiran. 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	102
Lampiran. 6 Uji Normalitas	105
Lampiran. 7 Uji Heteroskedastitas	106
Lampiran. 8 Uji Multikolonieritas	107
Lampiran. 9 Uji Regresi Linier Berganda.....	108
Lampiran. 10 Tabel R	109
Lampiran. 11 Tabel F.....	110
Lampiran. 12 Tabel t.....	111