



PENGARUH KETEPATAN WAKTU, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE* DAN *LOGISTIC SERVICE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PELANGGAN J&T PATI)

Skripsi

Disusun Untuk Mempeoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

LIA NIKA TRI YANTI

NIM : 201911716

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

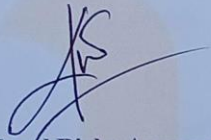
**PENGARUH KETEPATAN WAKTU, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*
DAN *LOGISTIC SERVICE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PELANGGAN J&T PATI)**

Nama : Lia Nika Tri Yanti
Nim : 201911716
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

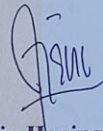
Kudus,.....

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E, M.M)
NIDN. 0615079303

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KETEPATAN WAKTU, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*
DAN *LOGISTIC SERVICE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PELANGGAN J&T PATI)**

Nama : Lia Nika Tri Yanti

Nim : 201911716

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

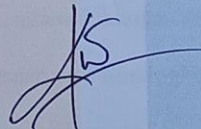
Kudus,2024

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



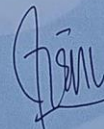
(Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E, M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan janganlah kamu merasa lemah dan janganlah pula bersedih hati, sebab kamulah yang paling tinggi derajatnya jika kamu orang-orang yang beriman”

(QS. Ali Imran:139)

“Beranilah menjalani kehidupan yang anda impikan untuk diri Anda sendiri.

Bergeraklah maju dan buatlah impian anda menjadi nyata.”

(Ralph Waldo Emerson)

Persembahan :

1. Kedua orang tua yang sudah memberi dukungan dan doa.
2. Dosen pembimbingku yang telah memberikan arahan, masukan selama penulisan skripsi hingga selesai.
3. Sahabat dan teman seperjuangan yang telah memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus dengan judul “ **PENGARUH KETEPATAN WAKTU, BRAND TRUST, BRAND IMAGE DAN LOGISTIC SERVICE TERHADAP KEPUASAN KOSNUMEN (STUDI PADA PELANGGAN J&T PATI).** Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis baik tenaga, ide-ide maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., dan Rhealin Hening Karartri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah banyak memberikan arahan, saran dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan tanpa lelah.

6. Kedua orang tua saya, Bapak Nur Yanto dan Ibu Sri Monidah dan adik-adik tersayang saya, orang hebat yang selalu menjadi peyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia ini, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi dan semangat.
7. Para sahabat-sahabatku “Vanillate dan Anak Julids” terima kasih yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat saat saya merasa putus asa mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Kudus, 2024

Penulis,

Lia Nika Tri Yanti

**PENGARUH KETEPATAN WAKTU, BRAND TRUST, BRAND IMAGE
DAN LOGISTIC SERVICE TERHADAP KEPUASAN KOSNUMEN
(STUDI PADA PELANGGAN J&T PATI)**

LIA NIKA TRI YANTI
201911716

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image* dan *logistic service* terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan pengiriman jasa J&T Pati. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, dengan *jenis sampling insidental*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ketepatan waktu dan logistic service berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi brand trust dan brand image berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara simultan ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image* dan *logistic service* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Ketepatan Waktu, Brand Trust, Brand Image, Logistic Service, Kepuasan Konsumen

**THE INFLUENCE OF TIMELINESS, BRAND TRUST, BRAND IMAGE
AND LOGISTIC SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION
(STUDY ON J&T PATI CUSTOMERS)**

Lia Nika Tri Yanti
201911716

Advisor 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of timeliness, brand trust, brand image and logistics service on consumer satisfaction. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires to 100 respondents who had used J&T Pati delivery services. The sampling method in this research is a non-probability sampling technique, with incidental sampling type. The analytical methods used in this research are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination. The results of this research show that partially punctuality and logistic service have a positive and significant effect on consumer satisfaction, but brand trust and brand image have an insignificant positive effect on consumer satisfaction. Meanwhile, punctuality, brand trust, brand image and logistic service simultaneously influence consumer satisfaction.

Keywords : timeliness, brand trust, brand image, logistics service, constumer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGATAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kepuasan Konsumen	13
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	13
2.1.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Kepuasan Konsumen	13
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
2.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.2 Ketepatan Waktu	16
2.2.1 Pengertian Ketepatan Waktu	16
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan waktu	17
2.2.3 Indikator Ketepatan waktu	17
2.3 <i>Brand Trust</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	18
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i>	18
2.4 <i>Brand Image</i>	19

2.4.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	19
2.4.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	20
2.4.3	Indikator <i>Brand Image</i>	21
2.5	<i>Logistic Service</i>	21
2.5.1	Pengertian <i>Logistic Service</i>	21
2.5.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Logistic Service</i>	22
2.5.3	Indikator <i>Logistic Service</i>	22
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.7	Pengaruh Antar Variabel	24
2.7.1	Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.7.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.7.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.7.4	Pengaruh <i>Logistic Service</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.9	Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Rancangan Penelitian	30
3.2	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2.1	Variabel Penelitian.....	30
3.2.2	Variabel Independen.....	31
3.2.3	Variabel Dependen.....	31
3.3	Definisi Operasional Variabel	31
3.3.1	Ketepatan Waktu.....	31
3.3.2	<i>Brand Trust</i>	32
3.3.3	<i>Brand Image</i>	33
3.3.4	<i>Logistic Service</i>	33
3.3.5	Kepuasan Konsumen	34
3.4	Jenis Data Dan Sumber	35
3.4.1	Jenis Data.....	35
3.4.2	Sumber Data	35
3.5	Populasi dan Sampel	35

3.5.1	Populasi	35
3.5.2	Sampel	36
3.6	Pengumpulan Data	38
3.6.1	Observasi	38
3.6.2	Kuesioner (Angket)	38
3.7	Pengolahan Data	38
3.8	Analisi Data	40
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.8.4	Pengujian Hipotesis	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1	Sejarah Perusahaan	48
4.2	Pengajian data	50
4.2.1	Karakteristik Responden	50
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.3	Analisa Data	55
4.3.1	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	55
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.3.3	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.4	Hasil Uji Hipotesis	63
4.4.1	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)	63
4.4.2	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	65
4.4.3	Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.5	Pembahasan	67
4.5.1	Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen	67
4.5.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	68
4.5.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	68
4.5.4	Pengaruh <i>Logistic Service</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	70

5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perusahaan Ekspedisi Terbaik	3
Table 1.2	Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2019-2022	4
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Ketepatan Waktu.....	52
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Trust</i>	52
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Image</i>	53
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Variabel <i>Logistic Service</i>	54
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.13	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (Uji t)	63
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (Uji F)	65
Tabel 4.17	Uji Koefisien determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Konsumen.....	5
Gambar 1.2 Review J&T Pati.....	6
Gambar 1.3 Review J&T Pati.....	7
Gambar 1.4 Logistic Service	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik Scatterplot	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Kurva Normal P-Plot	60

