

**STUDI PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK,
CITRA MEREK DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN JASA PENGIRIMAN BARANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

FARA KAMILA HUDY

17032010066

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
SURABAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
STUDI PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK, CITRA MEREK
DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG

Disusun Oleh :

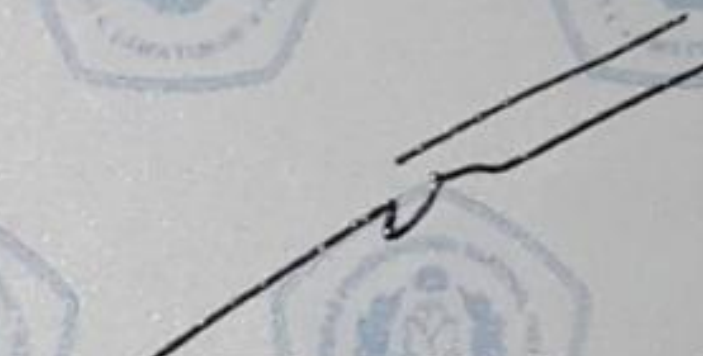
FARA KAMILA HUDY

NPM. 17032010066

Telah melaksanakan Ujian Lisan

Surabaya, 7 Mei 2021

Dosen Pembimbing


Dr. Ar. Minto Waluyo, MM

NPT. 19611130 199003 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

UPN "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Jariyah, MP

NIP. 19650403 199103 2 001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Telp. (031) 8706369 (Hunting). Fax. (031) 8706372 Surabaya
60294

KETERANGAN REVISI

Mahasiswa dibawah ini :

N a m a : Fara Kamila Hudy
N P M : 17032010066
Jurusan : ~~Teknik Kimia~~/Teknik Industri/ ~~Teknologi Pangan~~ /Teknik
Sipil/~~Teknik Lingkungan~~

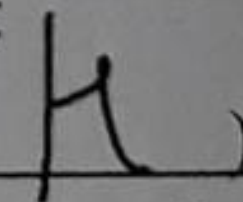
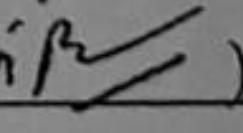
Telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ *) ~~PRA RENCANA (DESIGN)~~ / SKRIPSI / ~~TUGAS~~
~~AKHIR~~ Ujian Lisan Gelombang II, TA 2020/2021 dengan judul:

STUDI PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK, CITRA MEREK
DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN
PENGGUNAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

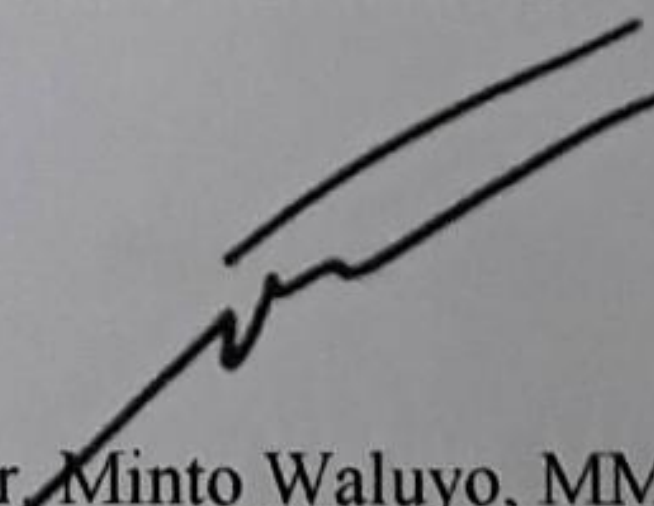
Surabaya, 17 Mei 2021

Dosen Penguji yang memerintahakan **Revisi:**

1. Ir. Handoyo, MT
2. Ir. Sumiati, MT

()
()

Mengetahui:
Dosen Pembimbing,


Dr. Ir. Minto Waluyo, MM
NPT. 19611130 199003 1 001

Catatan: *). Coret yang tidak perlu



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fara Kamila Hudy
NPM : 17032010066
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : Mutiara Citra Asri blok C2 No.8 Sumorame, Candi, Sidoarjo
No. HP : 089687891023
Alamat e-mail : farakamilahudy@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul :

STUDI PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK, CITRA MEREK
DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Mei 2021

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Dr. Dira Ernawati, ST., MT

NIP. 37806 0402 001

Yang Membuat Pernyataan

Fara Kamila Hudy

17032010066

ABSTRAK

Dewasa ini, industri pengiriman barang sedang meningkat pesat. Peningkatan ini didasari perkembangan *e-commerce* secara pesat. Meskipun pertumbuhan *e-commerce* Indonesia sangat pesat, pengiriman tetap menjadi tantangan terbesar. Keterlambatan pengiriman, kurangnya komunikasi tentang status pengiriman, dan beberapa keluhan tentang kualitas layanan operator (apakah paket tersebut rusak saat dalam perjalanan serta kualitas layanan operator) menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan logistik, citra merek dan pemasaran sosial media terhadap keputusan penggunaan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Penyedia Jasa Pengiriman J&T, JNE, Pos Indonesia, TIKI, Wahana, SiCepat dan ID *Express* untuk pengiriman domestik yang pernah menggunakan layanan minimal dua kali dengan jumlah responden sebanyak 155. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah menggunakan *software* AMOS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan logistik dan pemasaran sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hubungan citra merek dengan keputusan penggunaan tidak dapat dibuktikan karena variabel ini dikeluarkan dari penelitian. Variabel keputusan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan simultan model yang didapatkan sebesar $Y_2 = 0,371X_1 + 0,482X_3 + Z_4$.

Kata Kunci : *Structural Equation Modeling, Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek, Pemasaran Sosial Media, Keputusan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan.*

ABSTRACT

Today, the delivery industry is growing rapidly. This increase is based on the rapid development of e-commerce. Even though Indonesia's e-commerce is growing rapidly, shipping remains to be the biggest challenge. Delay in delivery, lack of information about the status of package, and several complaints about the quality of operator service (whether the package was damaged while on delivery and the quality of operator service) caused customer dissatisfaction. This study aims to determine the effect of the variable logistic service quality, brand image and social media marketing on purchased decisions that have an impact on customer satisfaction in Delivery Services. Respondent in this research is customer of delivery services J&T, JNE, Pos Indonesia, TIKI, Wahana, SiCepat and ID Express for domestic delivery who have used the service at least twice in a year with the amount of respondent is 155. This research used Structural Equation Modelling (SEM) method that processed using AMOS 23. The results showed that logistic service quality and social media marketing had a positive and significant effect on purchased decisions. The relationship between brand image and purchased decisions can't be proven because this variable was excluded from the study. Variables purchased decisions have a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultan equation of this models is $Y_2 = 0,371X_1 + 0,482X_3 + Z_4$.

Keywords: *Structural Equation Modeling, Logistic Service Quality, Brand Image, Social Media Marketing, Purchased Decisions, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas berkat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir ini dengan judul “Studi Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek Dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan”, dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa program studi Teknik Industri Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST, MT selaku Ketua Program Studi Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Minto Waluyo, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing saya dengan baik.

5. Kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih sebesar – besarnya atas doa yang tidak pernah berhenti dan segala bentuk dukungan yang diberikan baik moril maupun materil.
6. Kepada teman-teman seperbimbingan, Alvio, Nesya dan Alfiani yang telah banyak membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Terima kasih.
7. Kepada teman-teman jurusan Teknik Industri khususnya angkatan 2017, yang sudah banyak menyemangati, memberikan doa dan dukungan, saya ucapkan terima kasih.
8. Orang-orang yang tidak bisa disebutkan satu per satu namanya yang terlibat dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat membantu penulis dimasa mendatang. Semoga laporan ini bermanfaat dan membawa wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Demikian atas semua perhatian diucapkan terima kasih.

Surabaya, 8 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL..... viii

DAFTAR GAMBAR x

ABSTRAK..... xii

ABSTRACT..... xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah..... 7

1.3 Batasan Masalah..... 7

1.4 Asumsi..... 8

1.5 Tujuan Penelitian..... 8

1.6 Manfaat Penelitian..... 9

1.7 Sistematika Penelitian..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 12

2.1 Jasa Pengiriman Barang..... 12

2.1.1 Penyedia Jasa Pengiriman..... 12

2.1.2 Perkembangan Jasa Pengiriman Barang..... 12

2.1.3 Jasa Pengiriman Barang sebagai Sebuah Proses..... 14

2.2	Kualitas Layanan Logistik.....	14
2.2.1	Pengertian Kualitas Layanan.....	14
2.2.2	Pengertian Kualitas Layanan Logistik.....	15
2.2.3	Indikator Kualitas Layanan Logistik.....	16
2.3	Citra Merek.....	19
2.3.1	Pengertian Citra Merek.....	19
2.3.2	Indikator Citra Merek.....	20
2.4	Pemasaran Sosial Media.....	22
2.4.1	Pengertian Pemasaran Sosial Media.....	22
2.4.2	Indikator Pemasaran Sosial Media.....	24
2.5	Keputusan Penggunaan.....	25
2.5.1	Pengertian Keputusan Penggunaan.....	25
2.5.2	Indikator Keputusan Penggunaan.....	26
2.6	Kepuasan Pelanggan.....	28
2.6.1	Kepuasan Pelanggan.....	28
2.6.2	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	29
2.7	Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan.....	30
2.7.1	Pengaruh Kualitas Layanan Logistik Terhadap Keputusan Penggunaan.....	30
2.7.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan.....	31

2.7.3	Pengaruh Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan.....	31
2.7.4	Pengaruh Keputusan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.8	Pengukuran Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.8.1	Kuesioner.....	32
2.8.2	Skala Data.....	33
2.8.3	Metode <i>Sampling</i>	34
2.8.4	Uji Kecukupan Data.....	36
2.8.5	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	36
2.8.5.1	Uji Reliabilitas.....	36
2.8.5.2	Uji Validitas.....	37
2.9	Regresi dan Korelasi.....	38
2.10	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	43
2.10.1	Konsep Dasar SEM.....	43
2.10.2	Konversi SEM.....	44
2.10.3	Langkah-Langkah Pemodelan SEM.....	46
2.11	Hipotesis.....	55
2.12	Penelitian Terdahulu.....	57
BAB III	METODE PENELITIAN	60
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	60

3.2.1	Variabel Eksogen (Variabel Bebas).....	60
3.2.2	Variabel Endogen (Variabel Terikat).....	61
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	65
3.3.1	Populasi dan Sampel Penelitian.....	65
3.3.2	Bentuk Umum Kuesioner.....	66
3.4	Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	67
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1	Penyebaran Kuesioner.....	72
4.2	Pengumpulan Data.....	72
4.2.1	Stratifikasi Responden.....	72
4.3	Pengolahan Data Kuesioner.....	78
4.3.1	Uji Kecukupan Data.....	78
4.3.2	Memilih Matrik dan Estimasi SEM.....	79
4.4	Konversi <i>Path Diagram</i>	80
4.4.1	Persamaan Pengukuran <i>Measurement Model</i>	80
4.4.1.1	Uji Kesesuaian Model <i>Goodness Of Fit</i> <i>Test</i>	80
4.4.1.2	Uji Validitas.....	81
4.4.1.3	Uji Signifikansi.....	82
4.4.1.4	Uji Reliabilitas.....	83
4.4.1.5	Uji Korelasi.....	84
4.4.1.6	Uji Validitas Model Tanpa X_2	87
4.4.1.7	Uji Signifikansi Model Tanpa X_2	88
4.4.1.8	Uji Reliabilitas Model Tanpa X_2	89

4.4.1.9	Uji Korelasi Model Tanpa X_2	90
4.4.2	Persamaan Pengukuran <i>Structural Model</i>	91
4.4.2.1	Uji Kesesuaian Model <i>Goodness Of Fit</i> <i>Test</i>	91
4.4.3	Modifikasi Model.....	94
4.4.3.1	Uji Kesesuaian Model <i>Goodness Of Fit</i> <i>Test</i>	94
4.4.3.2	Uji Validitas.	95
4.4.3.3	Uji Signifikansi.....	96
4.4.3.4	Uji Reliabilitas.....	97
4.4.3.5	Interpretasi Model.....	98
4.5	Persamaan Simultan.....	99
4.6	Uji Hipotesis.....	99
4.7	Pembahasan.....	102
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ukuran Sampel	36
Tabel 2.2	Pedoman Memberikan Interpretasi & Analisis Bagi Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 2.3	<i>Goodness of Fit Indices</i> (Uji Kesesuaian Model).....	54
Tabel 3.1	Identifikasi Variabel dan Indikator.....	63
Tabel 4.1	Rekapitulasi Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 4.2	Rekapitulasi Usia Responden.....	74
Tabel 4.3	Rekapitulasi Pendidikan Terakhir.....	75
Tabel 4.4	Rekapitulasi Jasa Pengiriman yang Digunakan.....	76
Tabel 4.5	Rentang dan Indikator.....	77
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel.....	78
Tabel 4.7	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	80
Tabel 4.8	<i>Regression Weights</i>	82
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.10	Uji Korelasi	84
Tabel 4.11	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i> Model setelah X_2 Dikeluarkan.....	87
Tabel 4.12	<i>Regression Weights</i> Model Setelah X_2 Dikeluarkan.....	88
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas Setelah X_2 Dikeluarkan.....	89
Tabel 4.14	Uji Korelasi Setelah X_2 Dikeluarkan.....	90
Tabel 4.15	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	91
Tabel 4.16	<i>Covariances</i>	92
Tabel 4.17	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	94
Tabel 4.18	<i>Regression Weights</i>	95

Tabel 4.19	Uji Reliabilitas	98
------------	------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beberapa Keluhan Pelanggan terhadap Jasa Pengiriman Barang .	1
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	6
Gambar 2.1 Tahapan dalam Keputusan Penggunaan.....	26
Gambar 2.2 <i>Path Diagram</i>	47
Gambar 3.1 Model Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang.....	65
Gambar 3.2 Langkah-langkah Pemecahan Masalah	67
Gambar 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	74
Gambar 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Gambar 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jasa Pengiriman yang Digunakan.....	77
Gambar 4.5 Pemilihan Matrik Dan Estimasi Pada AMOS 23.....	79
Gambar 4.6 <i>Measurement</i> Model Studi Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang.....	81
Gambar 4.7 <i>Measurement</i> Model Setelah X_2 dikeluarkan.....	87
Gambar 4.8 <i>Structural</i> Model Studi Pengaruh Kualitas Layanan Logistik dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang.....	92

Gambar 4.9 <i>Modification Model</i> Studi Pengaruh Kualitas Layanan Logistik dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang.....	95
Gambar 4.10 Uji <i>Standarized Residual Covariance</i>	99