

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
PENGIRIMAN DI JNE LETJEND SOEPRAPTO PADA
WARGA RW 001 KELURAHAN TANAH TINGGI
KECAMATAN JOHAR BARU DI JAKARTA**

**DESY PURWITO SARI
8135134109**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

THE CORRELATION BETWEEN BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY WITH PURCHASE DECISION SHIPPING SERVICE AT JNE LETJEND SOEPRAPTO ON CITIZEN ASSOCIATION 001 TANAH TINGGI VILLAGE, JOHAR BARU SUB-DISTRIC IN JAKARTA

**DESY PURWITO SARI
8135134109**



*Building
Future
Leaders*

Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of Education at Faculty of Economic State University of Jakarta

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017***

ABSTRAK

DESY PURWITO SARI. Hubungan Antara Citra Merek dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman di JNE Letjend Soeprapto Pada Warga RW 001 Kelurahan Tanah Tinggi Kecamatan Johar Baru Di Jakarta. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di RW 001 Kelurahan Tanah Tinggi, Kecamatan Johar Baru di Jakarta, selama enam bulan terhitung sejak November 2016 sampai dengan April 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian dan hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian jasa pengiriman di JNE Letjend Soeprapto Pada Warga RW 001 Kelurahan Tanah Tinggi Kecamatan Johar Baru di Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah semua warga RW 001 Kelurahan Tanah Tinggi Kecamatan Johar Baru di Jakarta yang menggunakan jasa pengiriman di JNE Letjend Soeprapto. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *Purposive Sampling* sebanyak 80 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 36,64 + 0,79X_1$ dan $\hat{Y} = 23,68 + 0,82X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Lilliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0761$ untuk Y atas X_1 dan $L_{hitung} = 0,0728$ untuk Y atas X_2 , sedangkan L_{tabel} untuk $n = 80$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,09906. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X_1 dan Y atas X_2 berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu, $0,93 < 1,67$ untuk X_1 dan menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu, $0,90 < 1,67$ untuk X_2 sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $62,62 > 3,96$ untuk X_1 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $52,07 > 3,96$ untuk X_2 sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,667$ untuk X_1 dan $r_{xy} = 0,633$ untuk X_2 , selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 7,91$ untuk X_1 dan $t_{hitung} = 7,21$ untuk X_2 dan $t_{tabel} = 1,66$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,667$ untuk X_1 dan $r_{xy} = 0,633$ untuk X_2 adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 44,53% yang menunjukkan bahwa 44,53% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek dan 40,03% yang menunjukkan bahwa 40,03% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

DESY PURWITO SARI. *The Correlation Between Brand Image And Service Quality With Purchase Decision Shipping Service at JNE Letjend Soeprapto On Citizen Association 001 Tanah Tinggi Village, Johar Baru Sub-District In Jakarta. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics. State University of Jakarta.*

This research was conducted in RW 001 Tanah Tinggi Village, Johar Baru Sub-District in Jakarta, for six months, starting from November 2016 to April 2017. The purpose of this study is to determine correlation between brand image with purchase decision and correlation between service quality with purchase decision shipping service at JNE Letjend Soeprapto On Citizen Association 001 Tanah Tinggi Village, Johar Baru Sub-District In Jakarta. The research method used is survey method with the correlational approach, population used are all Citizen Association 001 Tanah Tinggi Village, Johar Baru Sub-District in Jakarta who used a shipping service at JNE Letjend Soeprapto. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 80 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 36,64 + 0,79X_1$ and $\hat{Y} = 23,68 + 0,82X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with test Lilliefors produce $L_{count} = 0,0761$ for Y on X_1 and $L_{count} = 0,0728$ for Y on X_2 , while L_{table} for $n = 80$ at 0,05 significant level is 0,09906. Because $L_{count} < L_{table}$ the estimated error of Y over X_1 and Y over X_2 normally distribution. Testing Linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $0,93 < 1,67$ for X_1 and $F_{count} < F_{table}$ is $0,90 < 1,67$ for X_2 , so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces $F_{count} > F_{table}$ which $62,62 > 3,96$ for X_1 and $52,07 > 3,96$ for X_2 , meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product moment generating $r_{xy} = 0,667$ for X_1 and $r_{xy} = 0,633$ for X_2 , then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 7,91$ for X_1 and $t_{count} = 7,21$ for X_2 and $t_{table} = 1,66$. It can conclude that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,667$ for X_1 dan $r_{xy} = 0,633$ for X_2 is positive and significant. The coefficient of determination obtain for is 44,53% which show that 44,53% of the variant of purchase decision is determined by brand image, also obtain for 40,03% which show that 40,03% of the variant of purchase decision is determined by service quality.

Keywords : *Brand Image, Service Quality, Purchase Decision.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M. Bus
NIP. 1967120719920310001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		<u>14 Juni 2017</u>
2. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli		<u>14 Juni 2017</u>
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		<u>15 Juni 2017</u>
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I		<u>14 Juni 2017</u>
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		<u>14 Juni 2017</u>

Tanggal Lulus: 7 Juni 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Mei 2017

Yang membuat pernyataan



Desy Purwito Sari
No. Reg. 8135134109

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Pay Now, Play Later”

*Tunaikan segala kewajibanmu saat ini dengan keyakinan dan kerja keras, karena apa yang kita tunaikan hari ini, kelak akan kita tuai suatu hari nanti.
Sesungguhnya proses tidak akan pernah mengkhianati hasil.*

-Desy Purwito Sari-

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.

(QS. Ar-Ra'du: 11)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu, ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

Alhamdulillah. Alhamdulillahirobbil ‘alaamiin. Tiada hentinya rasa ucap syukur tercurah kepada Sang Maha Pencipta, atas segala nikmat yang telah Dia berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini, saya persembahkan untuk orang-orang yang sangat saya sayangi disekitar saya, khususnya untuk kedua orang tua saya, yang apalah saya tanpa do'a-do'a indah yang mustajab dari mereka. Semoga Allah selalu memberikan mereka kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Citra Merek dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman di JNE Letjend Soeprapto pada warga RW 001 Kelurahan Tanah Tinggi Kecamatan Johar Baru di Jakarta”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Nurahma Hajat, M. Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga dalam membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti.
3. Usep Suhud, P.hD. selaku dosen pembimbing akademik.
4. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

5. Dr. Dedi Purwana ES, M. Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Bapak Feri selaku Ketua Rukun Warga 001 yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian ini.
8. Warga RW 001 Kelurahan Tanah Tinggi Kecamatan Johar Baru di Jakarta yang telah meluangkan waktunya.
9. Kedua orang tua tersayang Ibu Suparmi dan Bapak Muhadjir. Adik Rizki Ramadhan yang selalu memberikan semangat baik secara materil maupun moril.
10. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga B 2013.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Mei 2017

Desy Purwito Sari