

**Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship* Dan
Penelitian *Customer Trust* Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspedisi
Di DHL Express Tulungagung**

Dosen Pembimbing I : Baju Pramutoko SE., MM.

Dosen Pembimbing II : Dadang Afrianto S.Sos.,MM

Nama Mahasiswa : Popy Ratna Dewi

NPM : 19130210314

Abstraksi

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *customer relationship* dan *customer trust* terhadap keputusan pengguna jasa ekspedisi di DHL Express Tulungagung. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kualitas pelayanan, *customer relationship* dan *customer trust* terhadap keputusan pengguna jasa secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman sebanyak 1773 pengunjung, dengan menggunakan insidental sampling diperoleh sampel sebanyak 95 responden. Metode pengumpulan data menggunakan survey dengan instrument utama kuisioner. Teknik analisis menggunakan statistik inferensial yaitu uji validitas, reliabilitas, uji korelasi berganda, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis t dan F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, *customer relationship* dan *customer trust* memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan pengguna jasa. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa, *customer relationship* juga memiliki pengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa. Secara parsial *customer trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengguna jasa. Secara Simultan kualitas pelayanan, *customer relationship* dan *customer trust* terhadap keputusan pengguna jasa ekspedisi di DHL Express Tulungagung. Secara keseluruhan *customer trust* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship*, *Customer Trust*,
Keputusan Pengguna**

Title Of : *The Influence of Service Quality, Customer Relationship, and Customer Trust on the Decision of Service Users in DHL Express Tulungagung*

Advisor I : Baju Pramutoko SE., MM.

Advisor II : Dadang Afrianto S.Sos.,MM

Student : Popy Ratna Dewi

NPM : 19130210314

ABSTRACT

This research discusses the influence of service quality, customer relationship, and customer trust on the decision of service users in DHL Express Tulungagung. The objective of this study is to analyze the partial and simultaneous effects of service quality, customer relationship, and customer trust on the decision of service users. The population of this research consists of 1,773 service users, and a sample of 95 respondents was obtained using incidental sampling. The data collection method used a survey with the main instrument being a questionnaire. The analysis technique employed inferential statistics, including validity test, reliability test, multiple correlation test, multiple linear regression test, and t-test and F-test hypothesis testing. The results of this study indicate that service quality, customer relationship, and customer trust have a strong relationship with the decision of service users. Partially, service quality has a positive and significant influence on the decision of service users, customer relationship also has a positive and significant influence on the decision of service users. Partially, customer trust has a significant influence on the decision of service users. Simultaneously, service quality, customer relationship, and customer trust have an impact on the decision of service users in DHL Express Tulungagung. Overall, customer trust is the most dominant variable that influences the decision of service users.

Keyword: *Service Quality, Customer Relationship, Customer Trust, Decision of Service Users*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Operasional.....	9
1.5.2 Manfaat Akademik	9
 BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan dan kajian Pustaka	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.1.1 Ruang lingkup Manajemen Pemasaran	15
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	16
2.2.2 Kualitas Pelayanan	17
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.2.2.2 Lima Perspektif Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	20
.....	
2.2.3 <i>Customer Relationship</i>	21
2.2.3.1 Pengertian <i>Customer Relationship</i>	21
2.2.3.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	22

2.2.3.3 Indikator <i>Customer Relationship</i>	23
2.2.4 <i>Customer Trust</i>	24
2.2.4.1 Pengertian <i>Customer Trust</i>	24
2.2.4.2 Elemen yang Membentuk <i>Customer Trust</i>	25
2.2.4.3 Dimensi <i>Customer Trust</i>	26
2.2.4.4 Indikator <i>Customer Trust</i>	27
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	28
2.2.4.2 Proses Keputusan Pembelian.....	29
2.2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	31
2.4 Kerangka Pikir	33
2.5 Hipotesis Penelitian	34

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Lokasi Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	40
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	41
3.7.1 Data	41
3.7.2 Teknik Pengumpulannya.....	41
3.8 Identifikasi Variabel	42
3.9 Definisi Operasional Variabel	43
3.10 Teknik Analisis Data	45
3.11 Jadwal Penelitian	50

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	51
----------------------------	----

4.1.1 Gambaran Umum DHL Express Tulungagung.....	51
4.1.2 Visi dan Misi.....	53
4.1.3 Keadaan Lokasi Perusahaan.....	53
4.1.4 Jenis Layanan	54
4.1.4 Struktur Organisasi	55
4.1.5 Teknologi dan Inovasi Perusahaan.....	57
4.2 Pembahasan	62
4.2.1 Gambaran Umum Responden	62
4.2.2 Deskriptif Statistik Jawaban Responden.....	65
4.2.3 Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	81
4.2.4 Hasil Uji Korelasi Berganda	85
4.2.5 Regresi Linier Berganda.....	86
4.3.6 Koefisien Determinan	88
4.2.7 Uji Hipotesis Parsial.....	89
4.2.8 Uji Hipotesis Simultan	90
4.3 Intepretasi Hasil Penelitian	91
BAB V : PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Keluhan.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	11
3.1 Populasi	39
3.2 Skala Likert	43
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4 Jadwal Penelitian.....	50
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	63
4.4 Responden Berdasarkan Penggunaan	64
4.5 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X1.1	65
4.6 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X1.2	65
4.7 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X1.3	67
4.8 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X1.4	67
4.9 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X1.5	68
4.10 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X1.6	69
4.11 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X2.1	69
4.12 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X2.2	70
4.13 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X2.3	71
4.14 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X2.4	71
4.15 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X2.5	72
4.16 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X2.6	73
4.17 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X3.1	73
4.18 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X3.2	74
4.19 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X3.3	75
4.20 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X3.4	75
4.21 Deskripsi Jawaban Kuisisioner X3.5	76

4.22Deskripsi Jawaban Kuisisioner X3.6.....	77
4.23Deskripsi Jawaban Kuisisioner y.1.....	77
4.24Deskripsi Jawaban Kuisisioner y.2.....	78
4.25Deskripsi Jawaban Kuisisioner y.3.....	79
4.26Deskripsi Jawaban Kuisisioner y.4.....	79
4.27Deskripsi Jawaban Kuisisioner y.5.....	80
4.28Deskripsi Jawaban Kuisisioner y.6.....	81
4.29Validitas X1	82
4.30Validitas X2	82
4.31Validitas X3	83
4.32Validitas Y	83
4.33Realibilitas Variabel.....	84
4.34Koefisien Korelasi.....	85
4.35Hasil Koefisien Korelasi	85
4.36Hasil Regresi Linear Berganda	86
4.37Hasil Uji t	89
4.38Uji F	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data TOP Brand Industri Logistic	5
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	55