

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG DENGAN MEDIASI NILAI YANG DIRASA, KEPUASAN  
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PADA  
JASA EKSPEDISI JNE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



Oleh :

**DAMIAR ASTUTI**  
2007210067

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA**

**2013**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG DENGAN MEDIASI NILAI YANG DIRASA, KEPUASAN  
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PADA  
JASA EKSPEDISI JNE DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**DAMIAR ASTUTI**  
**2007210067**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2013**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG DENGAN MEDIASI NILAI YANG DIRASA, KEPUASAN  
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PADA  
JASA EKSPEDISI JNE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**DAMIAR ASTUTI**

**NIM : 2007210067**

Skripsi ini telah dibimbing

Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 1-8-2013



**(Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psi.)**

## SKRIPSI

### PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN MEDIASI NILAI YANG DIRASA, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PADA JASA EKSPEDISI JNE DI SURABAYA

Disusun oleh :

**DAMIAR ASTUTI**

**NIM : 2007210067**

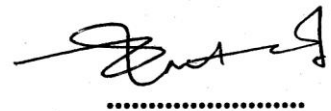
Dipertahankan di depan TIM Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 30 Agustus 2013

Tim Penguji

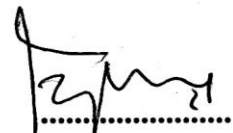
Ketua : **Drs. Irawan, M.M**



Sekretaris : **Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M, Psi**



Anggota : **Emma Julianti S.E, M.M.**





## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Damiar Astuti  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 14 April 1988  
N.I.M : 2007210067  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan mediasi Nilai yang Dirasa, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan pada Jasa Ekspedisi JNE di Surabaya.

**Disetujui Dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 11-11-2013

Tanggal : 9-11-2013



(Mellyza Silvi, S.E, M.Si.)



(Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M, Psi)

## PERSEMBAHAN DAN MOTTO

### MOTTO

**WANITA HEBAT BUKAN KARENA DIA CANTIK, KAYA ATAU PINTAR, TETAPI ADALAH YANG MAMPU TERUS BERDIRI MENYELESAIKAN MASALAH, MAMPU BERDOA DAN PERCAYA KEPADA TUHAN YANG ADALAH SUMBER KEKUATAN. WANITA HEBAT MELUKIS KEKUATAN MELALUI PROSES KEHIDUPAN, BERSABAR SAAT TERTEKAN, TERSENYUM SAAT HATI MENANGIS, DIAM SAAT TERHINA, MEMPESONA KARENA MEMAAFKAN.**

**SOMETIMES THE SMALLEST STEP IN THE RIGHT DIRECTION ENDS UP BEING THE BIGGEST STEP OF YOUR LIFE. TIP TOE IF YOU MUST, BUT TAKE THE STEP.**

*Syukur Alhamdulillah saya telah menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada :*

- ♥ **Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW** yang selalu mendampingi, menemani, membimbing, memberi kekuatan dan ketenangan hati saya hingga skripsi ini telah selesai dengan baik.

#### **'BELOVED FAMILY'**

- ♥ **.Papa dan Mama** yang selalu sayang, mendoakan mbak serta memberi dukungan mbak. Mbak sangat bersyukur karena telah berhasil memenuhi tanggungjawab dalam menyelesaikan pendidikan S1 meskipun dengan waktu yang cukup lama dan nantinya Papa Mama bisa melihat mbak memakai toga. Mbak selalu sangat menyayangi mencintai Papa Mama, semoga Allah SWT selalu memberi kesehatan, panjang umur, kebahagiaan dan limpahan berkah pada Papa Mama, amiienn...
- ♥ **Suamiku Imamku** yang insyaAllah selalu menjadi partner yang terbaik dalam hidup umi, terima kasih abi sayang atas semua pengertiannya dengan selesainya skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberi kebahagiaan, kesehatan, kemakmuran dalam keluarga kita, amiienn...
- ♥ **Hanna belahan jiwa Mama** terima kasih ya sayang telah mengerti akan keluangan waktu dengan sering ditinggalnya mama sampai mama menjadi sarjana. Mama berharap bisa selalu mendampingi dan menjadi ibu yang terbaik untuk anak-anak Mama. Semoga kesehatan, kebahagiaan dan barokah Allah SWT selalu menyertai dalam setiap langkahmu dan engkau tumbuh menjadi anak yang sholehah, sabar, cantik hati dan rupanya, kelak menjadi wanita sukses dalam keluarga dan karier

serta menjadi anak kebanggaan orangtua, keluarga dan panutan kakak yang baik untuk adiknya kakak, amiienn...

- ♥ **Dik Danti** yang paling manja, terima kasih telah menjadi adiknya mbak yang ikut membantu mbak mengurus keponakannya, menemani mbak dikala sedang jenuh. Mbak selalu sayang adik.
- ♥ **Eyang** terima kasih eyang ibu sudah ikut mengawasi hanna dikala mbak sedang tidak ada di rumah dan mengatur pola makan mbak. Kami semua selalu sayang Eyang atau Eyang Buyut dari Hanna.
- ♥ **Om Erwin** yang sebentar lagi bergabung menjadi keluarga besar Dj, terima kasih ya om sudah ikut jadi penghibur, yang juga selalu dicari Hanna karena mungkin sebagai pengganti abinya Hanna.

### **‘BEST OF THE BEST FRIENDS’**

- ♥ **Dear Mamio MVNP** susah, senang, tangis, canda, tawa, airmata telah kita lalui bersama ya sayang, meskipun hubungan kita dulu adakala berhentinya namun dengan berjalannya waktu membuat kita semakin dewasa dan memahami masing-masing dari kita sehingga membuat kita semakin harmonis, dimana sikap dan sifat kita dapat saling melengkapi dan kamu sudah aku anggap seperti saudaraku, keluargamu pun begitu sudah seperti keluargaku, dimana juga ikut mendukung dan mendoakan. Kita sama-sama masuk kuliah dan lulus kuliahpun sama-sama. M2M ayeey aselole forever ya sayaang... I love you full mamio syalala tralala trilili
- ♥ **Hera** yang juga ikut mendukung, menghibur dan mendoakan untuk kelancaran skripsi ini, I love you deh...
- ♥ **Andre** makasih buat waktu, bantuan dan dukungannya juga ya, nggak tahu deh klo nggak ada kamu, hehehe
- ♥ **Zaldy** makasih ya dek sudah ikut nemenin dan dukungan juga, semoga skripsimu lancar jaya yaa

### **‘PERBANAS’**

- ♥ **Ibu Tjahjani** terima kasih ibu akan waktu ibu, sabar membimbing, menanggapi saya saat konsultasi benar-benar membantu dalam membuat skripsi ini serta nasihat ibu untuk saya.
- ♥ **Ibu Emma** terima kasih ibu atas kebaikan ibu, keluangan waktu, kesabaran dan nasihat ibu untuk saya.
- ♥ **Bapak Irawan** selaku dosen wali yang telah sabar menjadi dosen wali saya.
- ♥ **Kolep, Addis, Lia, Ocil, Cesar, Dio Pratama, Keceng, Dio, Rima, Uni, Novi, Ari, Pepeng dan semua temen yang sekarang skripsi bareng**, go go semangat semangat!! Terima kasih atas perhatian dan sikap saling membantu dari kalian.

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen, dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Mediasi Nilai Yang Dirasa, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pada Jasa JNE di Surabaya “.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, P.si., M.M. selaku Pimpinan STIE Perbanas Surabaya.
2. Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra.Tjahjani Prawitowati,M.M,Psi selaku Dosen Pembimbing
4. Ibu Emma Julianti S.E.,M.M. selaku Dosen Penguji Proposal dan Sidang Skripsi.
5. Drs. Irawan, M.M. selaku Dosen Wali dan Dosen Penguji Proposal dan Sidang Skripsi.
6. Bapak Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku Dosen Penguji Proposal Skripsi.



7. Bapak dan Ibu Dosen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu mengenai Manajemen Pemasaran kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Seluruh staff karyawan perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas yang telah banyak memberikan bantuan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan penulisan skripsi dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Oktober 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Permasalahan.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori .....	17
2.3. Kerangka Pemikiran .....	33
2.4. Hipotesis Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Rancangan Penelitian.....	35
3.2. Batasan Penelitian.....	35
3.3. Identifikasi Variabel .....	36
3.4. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	36
3.5. Instrumen Penelitian .....	40
3.6. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.7. Data Dan Metode Pengumpulan Data .....	42
3.8. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	43
3.9. Teknik Analisis Data .....	43
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	54
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	54
4.2. Analisis Data.....	60
4.3. Pembahasan .....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
5.1. Kesimpulan .....	95
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	97
5.3. Saran .....	97
DAFTAR RUJUKAN .....	100

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penduduk .....	1
Tabel 1.2 Keuntungan dan Kerugian Waralaba .....	2
Tabel 1.3 Hal – Hal Penting Dalam Bisnis Jasa Ekspedisi JNE .....	3
Tabel 1.4 Keluhan Pelanggan Terhadap Jasa Ekspedisi JNE .....	4
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian .....	16
Tabel 3.1 Kisi – Kisi Kuesioner .....	38
Tabel 3.2 Keterangan Persamaan Struktural Model .....	46
Tabel 3.3 Goodnes Of Fit Indices .....	50
Tabel 4.1 Hasil Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil .....	60
Tabel 4.2 Kategori <i>Mean</i> Variabel Bebas dan Terikat .....	62
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan .....	63
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Nilai Yang Dirasa .....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan .....	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan .....	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian Kembali .....	67
Tabel 4.8 <i>Assesment Of Normality</i> .....	69
Tabel 4.9 <i>Descriptive Statistic</i> .....	71
Tabel 4.10 <i>Goodness Of Fit</i> Model CFA .....	74
Tabel 4.11 Hasil Estimasi Model Uji CFA .....	74

Tabel 4.12 <i>Goodness Of Fit</i> Model CFA Revisi .....	76
Tabel 4.13 <i>Modification Indices</i> Model Akhir .....	77
Tabel 4.14 <i>Goodness Of Fit</i> Model CFA Akhir Modifikasi .....	80
Tabel 4.15 Reliabilitas .....	82
Tabel 4.16 <i>Goodness Of Fit Full Model</i> Struktural .....	84
Tabel 4.17 <i>Goodness Of Fit Full Model</i> Struktural .....	85
Tabel 4.18 Hasil Estimasi Uji SEM Akhir .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran oleh Hong – Youl Hal et all.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran oleh Elif Karaosmanog et all .....	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran oleh Ksang Ryu et all .....	15
Gambar 2.4 Faktor Minat Pembelian Ulang .....	27
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 3.1 Model Variabel Citra Perusahaan .....	37
Gambar 3.2 Model Variabel Nilai Yang Dirasa .....	38
Gambar 3.3 Model Variabel Kepuasan Pelanggan .....	39
Gambar 3.4 Model Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	39
Gambar 3.5 Model Variabel Niat Pembelian Ulang .....	40
Gambar 3.6 Diagram Jalur .....	46
Gambar 3.7 <i>Measurement Model</i> .....	47
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	59
Gambar 4.6 <i>Full Measurement Uji CFA</i> .....	73
Gambar 4.7 <i>Full Measurement Model Uji CFA Revisi</i> .....	76
Gambar 4.8 <i>Full Measurement Uji CFA Akhir</i> .....	79
Gambar 4.9 <i>Full Model Struktural</i> .....	83
Gambar 4.10 <i>Full Model Struktural Akhir</i> .....	85

## LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Rekap *Prosentase* Responden
- Lampiran 5 : *Output* SPSS Deskriptif Frekuensi
- Lampiran 6 : *Output* SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 : *Assessment Of Normality*
- Lampiran 8 : Deskriptif *Statistics*
- Lampiran 9 : *Measurement* Model
- Lampiran 10 : Uji Mahalanobis
- Lampiran 11 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 12 : *Full Structural Model*
- Lampiran 13 : Tabel Chi Square
- Lampiran 14 : Jurnal Acuan
- Lampiran 15 : Jadwal Penulisan Skripsi



THE INFLUENCE OF THE IMAGE OF A COMPANY AGAINST INTENTION  
TO PURCHASE INTENTION WITH MEDIATING PERCEIVED VALUE,  
SATISFACTION AND TRUST AGAINST SERVICES EXPEDITION JNE IN  
SURABAYA

**ABSTRACT**

The title of this research is “ the influence of the image of a company against intention to purchase reexamined with mediating value in taste, satisfaction and trust against services expedition JNE in surabaya “. Based on the title, then the research also aims to determine the influence of relationship at all overcome. Object of this research is services expedition jne, object is based on as by tougher competition in services expedition. In addition, the selection of the object also is based on the level of complaints because of the many service users of such expeditions.

In this study, researchers used a number of respondents as much as 140. To research this in the sample used technique non probability sampling, techniques used namely purposive sampling. While in gathering data, this study using data ) and primary ( a questionnaire used for the analysis is use SEM AMOS. The results of this research that is, they would be on hypothesis a total of 7, only 2 hypothesis whose outcome is not significant. While other significant hypothesis, 4 2 hypotheses that are not significant are H4 and H5.

Keyword : Corporate Image, Perceived Value, Satisfaction, Trust, dan Repurchase Intention.