

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)**

**SKRIPSI**

**RESICA PRATIWI  
21170000181**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)**

**SKRIPSI**

**RESICA PRATIWI  
21170000181**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH KEPERCAYAN PELANGGAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, September 2021



**RESICA PRATIWI**  
NPM 21170000186

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Joko Bagio Santoso, SE.. MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai Karya Ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, September 2021

Pembimbing



Joko Bagio Santoso, SE.. MM

Kepala Program Studi S1 Manajemen



digitally signed  
Muhammad Hamaditya, BBA.M.Sc  
design.upd.ac.id


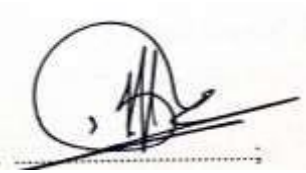
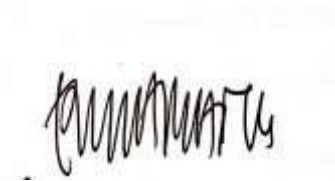

## HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul:

### **PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal :

#### **Panitia Ujian Karya Ilmiah**

1.  **Muhammad Raditya, BBA., M.Sc.**  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  **Joko Bagio Santoso, SE., MM**  
(Pembimbing)
3.  **Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM**  
(Penguji 1)
4.  **Dr. Engkur, S.IP., ME**  
(Penguji 2)



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Joko Bagio Santoso, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Bapak / Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran serta bantuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta Ayah Hendra Gunawan dan Ibu Titin Heryati, Ibu Tuti, Bpk. Ir Maman Suparman serta kakak tercinta Gian Ramadhan yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, nasehat, perhatian dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
7. Manajer dan Karyawan JNE cabang Matraman yang telah memberikan izin dan bantuan kepada peneliti dalam memperoleh data penelitian.
8. Sahabat saya Putri Saibatul, Fita Aida, Deasy Afriska yang selalu memberi motivasi, doa, support dan semangat serta menemani disaat proses penyusunan skripsi.

9. Kim Namjoon, Kimsoekjin, Min yoongi , Jung Hosoeck, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook terima kasih telah menemani dan memberikan semangat serta energi lebih pada saat pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman STEI program Strata 1 Manajemen angkatan 2017 terima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu..

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Jakarta, September 2021



**RESICA PRATIWI**  
NPM 21170000186



## **HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Resica Pratiwi  
NPM : 21170000186  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

### **PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : September 2021

Yang menyatakan,



**(RESICA PRATIWI)**

Resica Pratiwi NPK : 21170000186 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Joko Bagio Santoso, SE., MM
<b>PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI DAN  PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  (Studi Kasus Pada JNE Cabang Matraman)</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan pelanggan (<math>X_1</math>), lokasi (<math>X_2</math>), dan promosi (<math>X_3</math>) terhadap kepuasan pelanggan (<math>Y</math>) pada JNE cabang Matraman.</p> <p>Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemakai jasa yang pernah menggunakan jasa pengiriman JNE cabang Matraman. Pengambilan sampel menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> sebagai teknik penentuan sampelnya berdasarkan kebetulan yaitu pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi parsial dan simultan, dan uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p><b><i>Kata Kunci: kepercayaan pelanggan, lokasi, promosi, dan kepuasan pelanggan.</i></b></p>	

Resica Pratiwi NPK : 21170000186 Program Studi S-1 Manajemen	<i>Supervisor :</i> Joko Bagio Santoso, SE., MM
<p><b><i>THE EFFECT OF CUSTOMER TRUST, LOCATION AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION (Case Study at JNE Matraman Branch)</i></b></p>	
<p><b><i>ABSTRACT</i></b></p> <p><i>This study aims to determine how much influence customer trust (X1), location (X2), and promotion (X3) on customer satisfaction (Y) at JNE Matraman branch.</i></p> <p><i>The research strategy used is associative strategy. The population in this study are service users who have used the Matraman branch of JNE delivery services. Sampling using accidental sampling technique as a technique of determining the sample based on chance, namely the customer who coincidentally met the researcher.. Analysis of the data used in this study is the analysis of the coefficient of partial and simultaneous determination, and hypothesis testing. The data used in this study are primary and secondary data. Data collection techniques using a questionnaire method.</i></p> <p><i>The results of this study partially show that the customer trust variable has a significant effect on customer satisfaction. The location variable has a significant effect on customer satisfaction. The promotion variable has a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, customer trust, location, and promotion have a significant effect on customer satisfaction.</i></p>	
<p><b><i>Keywords : customer trust, location, promotion, and customer satisfaction.</i></b></p>	

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1   Latar Belakang Masalah .....	1
1.2   Perumusan Masalah.....	5
1.3   Tujuan Penelitian.....	5
1.4   Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1   Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2   Landasan Teori.....	12
2.2.1. Kepercayaan Pelanggan.....	12
2.2.2 Indikator Kepercayaan Pelanggan .....	15
2.2.3 Lokasi .....	16
2.2.4 Indikator Lokasi .....	18
2.2.5 Promosi.....	18
2.2.6 Indikator Promosi.....	20
2.2.7 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	20
2.2.8 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	23
2.3   Hubungan Antar Variabel .....	23