

**PENGARUH KEPERCAYAAN, NILAI PELANGGAN  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA KANTOR POS BELAKANG  
PADANG**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Zahratulaini  
190910286**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, NILAI PELANGGAN  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA KANTOR POS BELAKANG  
PADANG**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:  
Zahratulaini  
190910286**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahratulaini  
NPM : 190910286  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH KEPERCAYAAN, NILAI PELANGGAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR POS BELAKANG PADANG**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan Skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 20 Juli 2023



**Zahratulaini**  
190910286

**PENGARUH KEPERCAYAAN, NILAI PELANGGAN  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA KANTOR POS BELAKANG  
PADANG**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh:**

**Zahratulaini  
190910286**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 20 Juli 2023**



**Winda Eyyanto, S.S.M.MPd**

**Pembimbing**



## ABSTRAK

Penyebaran kuesioner dapat menghasilkan sebuah jawaban hipotesis yang menjadi tujuan penelitian pada masyarakat pengguna kantor POS Belakang sebanyak 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan olah data SPSS 25. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian responden merupakan pengguna jasa kantor POS Belakang Padang yang telah melakukan pembelian lebih dari dua kali dan Responden telah berusia di atas 17 tahun. Sebagai hasil adanya kontribusi kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan memberikan kontribusi sebesar 55,4% dan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui. Dari hasil uji F dapat dilihat  $f$  hitung  $39,770 > 3,09$  maka telah memenuhi persyaratan bahwa kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusaha memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa adanya perlakuan yang baik antara kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Maka, dapat mengandung arti adanya implikasi kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan yang menjadi peran penting. Maka diharapkan adanya kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa PT POS Belakang Padang.

**Kata kunci:** Kepercayaan, Nilai Pelanggan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan

## ***ABSTRACT***

*Distribution of questionnaires can produce a hypothetical answer which is the aim of research on the community using the POS Rear office as many as 100 respondents. This research is a quantitative research using SPSS 25 data processing. The criteria used in the research are respondents who are users of the POS office behind Padang who have made purchases more than two times and respondents who are over 17 years old. As a result of the contribution of trust, customer value and corporate image contributed 55.4% and the remaining 44.6% was influenced by other unknown factors. From the results of the F test, it can be seen that  $f$  count is  $39.770 > 3.09$ , so it fulfills the requirement that trust, customer value and company image have a simultaneous and significant influence on customer satisfaction. Based on the research conducted, it can be concluded that there is good treatment between trust, customer value and corporate image on customer satisfaction. Thus, it can imply that there are implications for trust, customer value and corporate image on customer satisfaction which play an important role. So it is hoped that there will be customer satisfaction in using the services of PT POS Rear Padang.*

**Keywords:** *Trust, Customer Value, Corporate Image, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S T., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi manajemen, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto,S.S,M.MPd, selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
7. Terimakasih kepada teman-teman se-angkatan penulis yang selalu senantiasa membantu hingga selesai penelitian skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta nikmat-Nya, aamiin.

Batam, 20 Juli 2023



Zahratulaini





---

**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian .....	12
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori .....	14
2.1.1 Kepercayaan .....	14
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan.....	14
2.1.1.2 Dimensi Kepercayaan.....	15
2.1.1.3 Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan .....	16
2.1.1.4 Indikator Kepercayaan .....	17
2.1.2 Nilai Pelanggan.....	17
2.1.2.1 Pengertian Nilai Pelanggan .....	18
2.1.2.2 Dimensi Nilai Pelanggan .....	18
2.1.2.3 Tipe – tipe Nilai Pelanggan.....	19
2.1.2.4 Indikator Nilai Pelanggan .....	19
2.1.3 Citra Perusahaan .....	20
2.1.3.1 Pengertian Citra Perusahaan .....	20
2.1.3.2 Manfaat Citra Perusahaan .....	21
2.1.3.3 Dimensi Citra Perusahaan .....	22
2.1.3.4 Indikator Citra Perusahaan.....	23
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.4.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.4.3 Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Berpikir .....	30

2.3.1 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.....	30
2.3.2 Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan .....	30
2.3.3 Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan .....	31
2.3.4 Pengaruh kepercayaan, nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan .....	31
2.4 Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Sifat Penelitian.....	33
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian .....	34
3.3.1 Lokasi Penelitian .....	34
3.3.2 Periode Penelitian .....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1 Populasi .....	35
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel .....	35
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	36
3.5 Sumber Data .....	36
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	38
3.7.1 Variabel Independen (X) .....	38
3.7.2 Variabel Dependen (Y).....	38
3.8 Metode Analisis Data .....	39
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif.....	39
3.8.2 Uji Kualitas Data .....	40
3.8.2.1 Uji Validitas.....	40
3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.3.1 Uji Normalitas .....	42
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	42
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	43
3.8.4 Uji Pengaruh .....	43
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.9 Uji Hipotesis .....	45
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t .....	45
3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	47
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Umur.....	48
4.2.3 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	49
4.2.4 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jumlah Berkunjung.....	49
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	50
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	50
4.3.2 Deskriptif Kepercayaan (X1).....	50

4.3.3	Deskriptif Nilai Pelanggan (X2) .....	51
4.3.4	Deskriptif Citra Perusahaan (X3).....	51
4.3.5	Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
4.4	Analisis Data.....	52
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	52
4.4.1.1	Uji Validitas .....	52
4.4.1.2	Uji Reliabilitas .....	54
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	55
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas .....	56
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.4.3	Uji Pengaruh .....	58
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.5	Pengujian Hipotesis.....	59
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	59
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	60
4.6	Pembahasan.....	61
4.6.1	Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan ....	61
4.6.2	Nilai pelanggan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.6.3	Citra Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.4	Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7	Implikasi Hasil Penelitian .....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan .....	63
5.2	Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian		

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Jumlah Pelanggan PT Pos Belakang Padang.....	3
<b>Gambar 4. 1</b> Kantor POS Belakang Padang .....	47
<b>Gambar 4. 2</b> Grafik Histogram .....	55
<b>Gambar 4. 3</b> Grafik P-P Plot.....	55
<b>Gambar 4. 4</b> Grafik Plot (Scatter Plot) .....	57

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Data Laporan Nilai Pleanggan terhadap Keluhan Masyarakat Pengguna Layanan Kantor POS Belakang Padang.....	5
<b>Tabel 1. 2</b> TOP Brand Index Jasa Kurir Fase II .....	6
<b>Tabel 1. 3</b> Pra Survey Kepercayaan .....	7
<b>Tabel 1. 4</b> Pra Survey Nilai Pelanggan.....	8
<b>Tabel 1. 5</b> Pra Survey Citra Pelanggan.....	9
<b>Tabel 1. 6</b> Pra Survey Kepuasan Pelanggan.....	10
<b>Tabel 1. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	29
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	34
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kuesioner.....	37
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	38
<b>Tabel 4. 1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
<b>Tabel 4. 2</b> Profil Responden Berdasarkan Umur.....	48
<b>Tabel 4. 3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
<b>Tabel 4. 4</b> Profil Responden Berdasarkan jumlah berkunjung.....	49
<b>Tabel 4. 5</b> Rentang Nilai.....	50
<b>Tabel 4. 6</b> Deskriptif Kepercayaan (X1) .....	50
<b>Tabel 4. 7</b> Deskriptif Nilai Pelanggan (X2) .....	51
<b>Tabel 4. 8</b> Deskriptif Citra Perusahaan (X3).....	51
<b>Tabel 4. 9</b> Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Validitas Kepercayaan (X1).....	52
<b>Tabel 4. 11</b> Uji Validitas Nilai Pelanggan (X2) .....	53
<b>Tabel 4. 12</b> Uji Validitas Kepercayaan (X3).....	53
<b>Tabel 4. 13</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	53
<b>Tabel 4. 14</b> Uji Reliabilitas.....	54
<b>Tabel 4. 15</b> Uji Kolmogorov Smirnov.....	56
<b>Tabel 4. 16</b> Uji Multikolinearitas .....	56
<b>Tabel 4. 17</b> Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
<b>Tabel 4. 18</b> Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
<b>Tabel 4. 19</b> Uji t.....	59
<b>Tabel 4. 20</b> Uji F.....	60

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Lameshow .....	35
<b>Rumus 3. 2</b> Pearson Correlation.....	40
<b>Rumus 3.3</b> Alpha Crobach .....	41
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linear Berganda.....	43
<b>Rumus 3.5</b> Koefisien Determinasi .....	44
<b>Rumus 3.6</b> Uji t .....	45
<b>Rumus 3.7</b> Uji f.....	46