

**ANALISIS BRAND IMAGE DAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA
ADS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA
LAYANAN J&T CARGO**

TUGAS AHKIR



Maria Hutapea

1222913015

FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

**ANALISIS BRAND IMAGE DAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA
ADS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA
LAYANAN J&T CARGO**

TUGAS AHKIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik



Maria Hutapea

1222913015

FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Maria Hutepea

NIM : 1222913015

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 Feb 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Maria Hutepea
NIM : 1222913015
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Skripsi : Analisis Brand Image Dan Digital Marketing Melalui Sosial Media Ads Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Layanan J&T Cargo

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir Rizal Silalahi, MBA



)

Penguji 1 : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM



Penguji 2 : Wijaya Adidarma S.T., M.M



Ditetapkan : Jakarta

Tanggal : 22 Februari 2024

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan berkat sehat, rahmat dan kasih-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat menempuh ujian sidang program sarjana Strata (S-1) di Jurusan Teknik Industri Universitas Bakrie dengan judul “Analisis Brand Image Dan DigitalMarketing Melalui Sosial Media Ads Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Layanan J&T Cargo”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Mirsa Diah Novianti, ST., M.T., IPM selaku Kepala Prodi Jurusan Teknik Industri Universitas Bakrie
2. Bapak Ir. Rizal Silalahi, MBA, selaku dosen pembimbing tugas akhir atas segala bimbingan arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak Wijaya Adidarma dan Ibu Mirsa Diah Novianti, ST., M.T., IPM, selaku dosen penguji 1 dan 2 tugas akhir saya.
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh Pendidikan di Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie.
5. Kedua Orang tua penulis, Jonni Hutapea dan Ratna Siregar, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luarbiasa dalam setiap langkah hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
6. Kedua kakak penulis tercinta, Linda Hutapea dan Ayu Hutapea, terimakasih atas support dan doanya dan segala dukungan.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca

Jakarta, 18 Januari 2024

Penulis

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maria Hutapea
NIM : 1222913015
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS BRAND IMAGE DAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA ADS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN J&T CARGO

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Feb 2024

Yang Menyatakan



Maria Hutapea

ANALISIS BRAND IMAGE DAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA ADS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN J&T CARGO

Maria Hutapea

Abstrak

Konsep Brand Image dan Digital Marketing merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pengiriman J&T Cargo, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan melalui brand image dan digital marketing. Hal ini dapat dilakukan karena banyaknya pembisnis yang banyak menggunakan layanan jasa pengiriman produk/barangnya dalam jumlah besar kepada para konsumennya, sehingga layanan J&T Cargo memiliki kesempatan untuk dapat terus bersaing. Oleh karena itu untuk mengetahui kepuasan pelanggannya perlu diukur dengan brand image dan digital marketing agar mengetahui kelemahan dan kelebihan dari J&T Cargo dalam mempertahankan komitmen pelanggannya. Dalam penelitian ini dari brand image dan digital marketing memberikan 58,5% dan variabel brand image memberikan pengaruh paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hal yang perlu diperbaiki yaitu digital marketing, sehingga memberikan kepuasan yang sesuai dengan yang diharapkan.

Kata Kunci: J&T Cargo, *Brand Image*, *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan

ANALYSIS OF BRAND IMAGE AND DIGITAL MARKETING THROUGH SOCIAL MEDIA ADS ON CUSTOMER SATISFACTION IN USING J&T CARGO SERVICES

Maria Hutapea

Abstract

The concept of Brand Image and Digital Marketing is a method used to measure the level of customer satisfaction in using J&T Cargo shipping services, this study aims to determine the effect of customer satisfaction through brand image and digital marketing. This can be done because many business people use a lot of services to send their products/goods in large quantities to their consumers, so J&T Cargo services have the opportunity to continue to compete. Therefore, to find out customer satisfaction, it needs to be measured by brand image and digital marketing in order to know the weaknesses and strengths of J & T Cargo in maintaining customer commitment. In this study, brand image and digital marketing provide 58.5% and the brand image variable has the highest influence on customer satisfaction. Thus, the thing that needs to be improved is digital marketing, so that it provides satisfaction in accordance with what is expected.

Keywords: J&T Cargo, Brand Image, Digital Marketing, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
GAMBAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Strategi Pemasaran	9
B. Brand Image	15
C. Digital Marketing	18
D. Kepuasan Pelanggan	25
E. Kerangka Berpikir.....	29
F. Kerangka Konseptual.....	30
G. Hipotesis.....	31
H. Variabel Penelitian	31
I. Penelitian Sebelumnya	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Objek Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel Penelitian	34
C. Jenis Penelitian.....	34
D. Sumber Data.....	34
E. Alat Analisis Data	35
F. Uji Validitas	35

G. Uji Reliabilitas	36
H. Uji Normalitas	36
I. Uji Multikolinearitas	36
J. Uji Hipotesis	37
K. Metode Analisis Regresi Linier Berganda	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
A. Profil Perusahaan	39
B. Pengumpulan Data	39
C. Karakteristik Responden	40
D. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	41
E. Analisis Uji Validitas	42
F. Analisis Uji Realibitas	42
G. Analisis Uji Normalitas	43
H. Analisis Uji Multikolineritas	44
I. Analisis Uji Heterokedastisitas	45
J. Uji Hipotesis	46
K. Analisis Koefesien Korelasi	48
L. Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	49
M. Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image (X1)	41
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Digita Marketing (X2).....	41
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Y).....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas	43
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.8 Uji Multikolonieritas	45
Tabel 4.9 Uji F.....	47
Tabel 4.10 Uji Hipotesis t	47
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Koefesien Korelasi.....	48
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Koefesien Determinasi	49
Tabel 4.13 Skala Likert Modern.....	50
Tabel 4.14 Hasil Rata-Rata Frekuensi Jawaban Responden	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata AWB/Hari.....	4
Gambar 1.2 Peta Outlet.....	5
Gambar: 2.1 Logo J&T Cargo.....	16
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot.....	44
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	46