

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Bandung dimana jasa pengiriman seperti ini sudah semakin banyak pesaingnya.

Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dan pada tahap analisis akan digunakan uji validitas dan uji reabilitas yang selanjutnya uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda serta dilakukan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil uji simultan bahwa variabel bebas yang meliputi kepuasan yaitu Bentuk Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dan berdasarkan uji parsial bahwa variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Bandung, karena Daya Tanggap mempunyai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan paling besar daripada variabel lainnya.

Kata Kunci : Bentuk Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on the satisfaction of JNE customers in Bandung where there are more and more competitors such as shipping services.

This study uses Purposive Sampling and at the analysis stage will be used validity test and reliability test which then test the hypothesis using multiple linear regression and classical assumption tests.

Based on the results of simultaneous tests that the independent variables which include satisfaction are Physical Form, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy together have a significant effect on satisfaction of Bandung branch JNE customers because F count is greater than F_{table} . And based on the partial test that the Response Power variable has the dominant influence on the satisfaction of Balikpapan Branch JNE customers, because Response Power has a t count greater than t table and the largest than the other variables.

Keywords : Physical Form, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction