

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung (Studi Survey Pada Pelanggan di Kantor Pos Asia Afrika Bandung)

oleh : Faradhilah Afifah Azmi

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena persaingan perusahaan layanan jasa pengiriman yang semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Asia Afrika Bandung. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Kantor Pos Asia Afrika Bandung dengan menggunakan 99 responden sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis verikatif. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji Hipotesis Pasrial, Uji Hipotesis Simultan, dan Analisis Regresi Linier Berganda. Pengembangan dari penelitian terdahulu yaitu dari periode penelitian yang dilakukan pada era digitalisasi dan munculnya perusahaan ekspedisi lain. Hasil pembaharuan dari penelitian terdahulu yaitu dari variabel Citra Merek yang memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa kualitas layanan memiliki mean terendah yaitu 2.85 pada indikator kejelasan pemberian informasi dan citra merek memiliki nilai mean terendah yaitu 2.96 pada indikator tingkat pemberian kepuasan layanan kepada pelanggan saat digunakan. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukan bahwa kualitas layanan dan citra merek secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan kualitas layanan dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diketahui bahwa kualitas layanan memilki tingkat pengaruh dalam kategori “sedang” terhadap kepuasan pelanggan dan citra merek memiliki tingkat pengaruh “sedang” terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The Influence of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction at the Bandung Asia Africa Post Office (Survey Study on Customers at the Bandung Asia Africa Post Office)

by : Faradhilah Afifah Azmi

This research is motivated by the phenomenon of increasing competition among delivery service companies. The aim of this study is to determine the impact of service quality and brand image on customer satisfaction at the Asia Afrika Bandung Post Office. The population used in this study is the customers of the Asia Afrika Bandung Post Office, with 99 respondents as the sample. This study uses descriptive analysis and verificative analysis methods. The hypothesis testing in this study uses Partial Hypothesis Testing, Simultaneous Hypothesis Testing, and Multiple Linear Regression Analysis. This study builds upon previous research by considering the period of research conducted during the digitalization era and the emergence of other expedition companies. The updated result of this research shows that the Brand Image variable has an impact on Customer Satisfaction. Based on descriptive analysis, it is found that the service quality has the lowest mean of 2.85 on the clarity of information provided indicator, and brand image has the lowest mean of 2.96 on the indicator of the level of satisfaction provided to customers when used. The results of this study show that, partially, both service quality and brand image have an impact on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and brand image together have an impact on customer satisfaction. Based on the coefficient of determination, it is found that service quality has a "moderate" level of influence on customer satisfaction, and brand image also has a "moderate" level of influence on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction