

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki layanan *freight forwarding* PT.Thomas Expres Bandung dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat mempertahankan jumlah pelanggan layanan ini. Dengan demikian, PT.Thomas Expres Bandung dapat meningkatkan pendapatan tanpa harus menambah pelanggan. Adapun variabel yang diusulkan berhubungan dengan kepuasan pelanggan adalah *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *reliability*, *corporate image*, dan *price* serta hubungan antara *customer satisfaction* dengan *customer loyalty*.

Berdasarkan perhitungan nilai signifikansi dan korelasi, diketahui bahwa semua hipotesis diputuskan terbukti. Variabel *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *reliability*, *corporate image*, serta *price* mempunyai hubungan dengan *customer satisfaction*. Selain itu, juga terbukti bahwa variabel *customer satisfaction* mempunyai hubungan dengan *customer loyalty* dengan nilai korelasi sebesar 0,242. *Reliability* memiliki nilai korelasi terbesar dengan nilai 0,670 dengan signifikansi 0,000.

Dalam perumusan rekomendasi program telah dilakukan analisis untuk menentukan prioritas perbaikan berdasarkan letak variabel tertentu dalam diagram tingkat kinerja aktual dan tingkat kepentingan. Adapun urutan variabel dari yang mempunyai prioritas perbaikan tertinggi ke terendah adalah *reliability*, *responsiveness*, dan *price*. Rekomendasi program dirumuskan berdasarkan hasil keluhan, saran dari pelanggan PT. Thomas Expres Bandung serta *benchmark* dengan layanan *freight forwarding* lain seperti TIKI, JNE, dan LTH (Elteha). Adapun rekomendasi program yang diunggulkan adalah *Confirm Customer*, Kelengkapan Data Tanda Terima (Resi), dan Paket Layanan.

Kata kunci : *freight forwarding*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*