

ABSTRAK

Munculnya *virus corona* di Indonesia dan setelah diberlakukannya pembatasan sosial bersekala besar (PSBB). Menimbulkan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, yaitu meningkatnya aktifitas belanja online. Peningkatan aktifitas belanja online ikut memberikan dampak bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang logistik salah satunya JNE. Dilihat dari TOP Brand Award 2020 JNE menduduki peringkat pertama dengan persentase sebesar 27,3%. Hasil pra survey JNE masih ditemukan keluhan pelanggan JNE disosial media, kolom komentar APP Store, media online seperti detiknews dan mediakonsumen antaralain menyebutkan, layanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, tanda terima paket palsu, pengiriman barang rusak, pengiriman barang lambat dan paket salah alamat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan JNE di Karawang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 400 orang responden yang menggunakan jasa JNE dengan mengambil sampel melalui teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling, yaitu dengan menetapkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur/path, analisis data menggunakan bantuan *software* SmartPLS versi 3.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kepercayaan merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu pengujian variabel intervening menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan sebaiknya memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan merek karena akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.