ABSTRAK

Perkembangan zaman yang begitu cepat dan dinamis, dapat mempengaruhi suatu perubahan di dalam sektor-sektor yang ada, salah satunya ialah sektor logistik yakni jasa pengiriman atau jasa ekspedisi. Terjadinya pergeseran pasar tradisional juga kedalam sebuah pasar digital melalui media internet telah menumbuhkan kebutuhan masyarakat yang tinggi akan jasa ekspedisi. Perkembangan pada industri logistik ini dipengaruhi oleh adanya tingkat pertumbuhan ekonomi, wilayah yang luas, bentuk geografis kepulauan, serta keberagaman komoditas dan budaya. Industri logistik di Indonesia memiliki peranan penting dalam menghubungkan masyarakat dengan sebuah bisnis. Kemudian pengiriman jasa eskpedisi dinyatakan mengalami peningkatan selama masa pendemi, hal tersebut dikarenakan didorong oleh adanya tren belanja *online* oleh masyarakat. Lalu dengan adanya pertumbuhan *e-commerce* yang semakin tinggi akan berdampak positif terhadap jasa pengiriman barang atau sektor logistik. Dengan demikian, maka muncul para pendatang baru pada perusahaan jasa ekspedisi, salah satunya adalah jasa ekspedisi J&T. Jasa ekspedisi J&T merupakan perusahaan jasa yang didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015, dan telah dikenal oleh masyarakat luas dalam waktu yang cukup singkat. Berdasarkan data yang didapat dari Top Brand Index, memperlihatkan bahwa pada tahun 2021 jasa ekspedisi J&T mengalami perkembangan yang baik dan banyak digunakan oleh masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan J&T, yang dimediasi oleh *perceived value* dari layanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi J&T, kemudian dimediasi oleh citra perusahaan dan reputasi perusahaan jasa ekspedisi J&T tersebut.

Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data yakni menggunakan metode survei yaitu melalui penyebaran kuesioner melalui *google form* dengan menggunakan skala likert 5 poin. Penelitian yang dilakukan oleh penulis bersifat deksriptif, kemudian dilihat berdasarkan tipe penelitiannya yakni menggunakan tipe penelitian kausal. sumber data yang didapatkan oleh penulis yakni berdasarkan data primer dengan cara melakukan survei melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Indonesia yaitu masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna jasa ekspedisi J&T dan masyarakat yang pernah menggunakan jasa ekspedisi J&T. Data yang diperoleh, akan diolah dan di analisis dengan cara menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yaitu dengan menggunakan aplikasi atau *software* SmartPLS.

Hasil analisis pada penelitian ini yakni menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Lalu kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap *perceived value*, kemudian kualitas layanan memiliki hubungan secara langsung terhadap *perceived value*. Variabel *perceived*

value memiliki dampak mediasi terhadap kepuasan konsumen dan kualitas layanan serta citra perusahaan dan reputasi perusahaan. *Perceived value* yang menguntungkan memiliki hubungan langsung terhadap citra perusahaan, kemudian variabel *perceived value* memiliki hubungan terhadap reputasi perusahaan. Variabel citra perusahaan memiliki hubungan secara langsung terhadap reputasi perusahaan. Selanjutnya yakni citra perusahaan dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh mediasi antara variabel *perceived value* dan loyalitas pelanggan, lalu citra perusahaan memiliki hubungan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan terakhir variabel reputasi perusahaan yang positif memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis ini, diharapkan dapat memberikan sebuah manfaat dan wawasan kepada peneliti dimasa yang akan datang dan perusahaan mengenai kualitas layanan, kepuasan konsumen, *perceived value*, citra perusahaan, reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Jasa Ekspedisi, J&T, *Perceived Value*, Citra Perusahaan, Reputasi Perusahaan