

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan era digitalisasi dan era transportasi yang berbasis digital saat ini keberadaannya sangat dibutuhkan oleh pelanggan dalam hal pemenuhan kebutuhan akan semakin meningkat. Dalam hal ini transportasi pengiriman barang atau paket yang berbasis digital sangat membantu masyarakat dalam pengiriman barang atau paket.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap purchase intention pada jasa ekspedisi J&T Express. Maka dari itu Perusahaan J&T Express salah satu penyedia jasa express perlu mengoptimalkan kualitas pelayanan dan *purchase intention* yang baik agar dapat meningkatkan pelanggan masih terdapat beberapa permasalahan kualitas pelayanan J&T Express yang diberikan kepada customer belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dalam metode analisis penelitian ini menggunakan metode penelitian adalah metode kuantitatif. Dalam jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian descriptive serta menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *kualitas pelayanan* memiliki berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intention* melalui indikator *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Namun tidak berpengaruh secara signifikan melalui indikator *empathy*, dan *tangible* terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan *Purchase Intention*