

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas layanan logistik (*Logistics Service Quality* - LSQ) memegang peranan penting bagi penyedia layanan logistik di Indonesia. Penurunan peringkat sebanyak 17 posisi, dari peringkat 46 menjadi 63 Logistics Service Quality Index Performance Indonesia dan peringkat Pos Indonesia pada urutan ke-9 dibandingkan penyedia layanan lainnya menjadi menjadi salah satu faktor. Selain dari hal tersebut Pos Indonesia telah melalui audit Badan Pemeriksa Keuangan menjadikan alasan untuk menyelaraskan hasil tersebut dengan perspektif pengguna layanan.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh *Logistics Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada *Logistics Service Provider* (Studi Kasus POS INDONESIA). Terdapat sebelas hipotesis diantaranya H1a – H1e, H2 dan H3a – H3e.

Jumlah sampel diperoleh dari penghitungan uji F pada 7 variabel menggunakan perangkat lunak G-power v.3 menunjukkan batas minimal sampel sebesar 153. Melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) dan Smart Partial Least Squares (PLS), data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan pengguna layanan logistik POS INDONESIA sebanyak 399 responden.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat sebelas hipotesis diterima yaitu diantaranya Konstruk LSQ berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty* dan LSQ berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty* memediasi melalui variabel *Customer Satisfaction*.

Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat membantu *Logistics Service Provider*, termasuk POS INDONESIA, dalam meningkatkan strategi layanan mereka untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas pelanggan yang lebih baik.