

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)

(Survei pada Pelanggan JNE Kantor Cabang Ciputat Tigaraksa)

Denanissa Virta Apriandini

ABSTRAK

Latar belakang pada penelitian ini didasari oleh ketatnya persaingan pada bidang jasa pengiriman barang dan logistik. pada setiap jasa pengiriman pasti mempunyai cara tersendiri untuk menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, PT JNE memberikan beberapa program pelayanan berupa produk-produk yang diciptakan untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan kemudian menaruh kepercayaan terhadap perusahaan, melalui pelayanan *customer relations*. JNE merupakan salah satu jasa pengiriman barang dan logistik yang terbilang cukup tua dan tentunya sudah profesional pada bidangnya. Melihat banyaknya pesaing yang bermunculan di era sekarang ini, membuat peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir. **Teori** yang digunakan adalah teori kualitas pelayanan, *customer relations management* dan kepercayaan pelanggan. **Metodologi penelitian** ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Penelitian ini mempunyai populasi sebanyak 680 orang dengan sampel 87 responden yang menggunakan rumus Slovin. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu non-probabilitas yaitu *accidental sampling*. **Hasil penelitian** diperoleh uji kolerasi sebesar 0,913 yang berarti mempunyai hubungan yang sangat kuat, dan koefisien determinasi besarnya 83,4% dengan sisa 16,6%. Sedangkan t hitung 20,507 > t tabel 1,658 yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan. **Kesimpulan** dari penelitian ini dengan taraf signifikan 10% diperoleh t hitung 20,507 > t tabel 1,658. Sehingga terlihat bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* terhadap kepercayaan pelanggan PT JNE (survei pada pelanggan JNE kantor cabang Ciputat Tigaraksa). **Saran** mencari nama produk yang mudah diingat oleh *customer* dan realisasikan opini yang diberikan oleh *customer*, karena secara tidak langsung itu merupakan salah satu masukan yang berguna untuk meningkatkan perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer Relations Management*, Kepercayaan Pelanggan, PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

THE QUALITY INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONS SERVICE TO CUSTOMER'S TRUST IN PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)

(Survey on JNE Customer of Ciputat Tigaraksa Branch Office)

Denanissa Virta Apriandini

ABSTRACT

The background of this research is based on the tight competition in the field of freight and logistics services. Every delivery service must have its own way to develop a sense of customer trust to the company, PT JNE provides several service programs through customer relations services in the form of products created to make customers feel comfortable and then put their trust in the company. JNE is one of a professional company in the field of freight forwarding and logistics services. In connection with the number of competitors emerging in the current era, makes the researcher wants to examine how much the quality influence of customer relationship services to customer trust. **Research purposes** is to determine how much the influence between the quality of customer relations service to customer trust in PT Jalur Nugraha Ekakurir. **The theory** used in this research was the theory of service quality, customer relations management and customer trust. **The methodology** of this research using a quantitative approach and explanative type of research. This research involves 680 people with the sample of 87 respondents using Slovin formula. The sampling technique used is non-probability which isaccidental sampling. **The results** of this research obtained by correlation of 0.913, which means having a very strong relationship, and the coefficient of determination the amount of 83.4% with the remaining 16.6%.While t arithmetic $20,507 > t$ table 1.658 which means there is an influence quality of customer relations service to customer trust. **The conclusion** of this study with a significant level of 10% obtained t arithmetic $20.507 > t$ table 1.658.It is seen that H_0 is rejected and H_a is accepted, it means that there is an influence of customer relationship service quality to customer trust in PT JNE (survey at JNE customer of Ciputat Tigaraksa branch office). **Suggestions** to find the name of the product that is easy to remember by the customer and realizes it is one of the useful input to improve the company.

Keywords: Quality of Customer Relations Service, Customer Trust, PT JNE