

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EKSPEDISI JNE EXPRESS

Oleh Muhammad Dafa

Abstrak

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh keputusan pembelian, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Populasi penelitian ini adalah Kota Depok yang menggunakan JNE Express untuk mengirimkan paket. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini dengan kuesioner secara *online*. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan *software* yang digunakan adalah SmartPls 3.0. Penelitian memperoleh hasil yaitu: variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang bernilai *original sample* sebesar 0,345. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang bernilai *original sample* sebesar 0,409. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai *original sample* sebesar 0,477. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai *original sample* sebesar 0,346. Citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai *original sample* sebesar 0,125. Kualitas pelayanan dan citra merek secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian yang bernilai *original sample* sebesar 0,165.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian

**ANALYSIS OF BRAND AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION JNE EXPRESS EXPEDITION BY WAY OF
PURCHASE DECISION**

BY MUHAMMAD DAFA

Abstract

This research was conducted by researchers is a quantitative study to determine the effect of service quality and brand image on purchasing decisions, the influence of purchasing decisions, brand image and service quality on customer satisfaction, as well as the influence of service quality and brand image indirectly on customer satisfaction through purchasing decisions. The population of this research is Depok City which uses JNE Express to send packages. The sample used is 100 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method. The data collection carried out by this study was an online questionnaire. This study uses the SEM method with the software used is SmartPls 3.0. The research obtained the results, namely: the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with an original sample value of 0.345. Brand Image has a positive effect on purchasing decisions with an original sample value of 0.409. Purchase decisions have a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.477. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.346. Brand image has no positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.125. Service quality and brand image indirectly have a positive and significant impact on customer satisfaction through purchasing decisions with an original sample value of 0.165.

Keywords: *service quality, brand image, purchase decision, brand image, customer satisfaction*