

## ABSTRAK

### **Iqbal Fauzi Rahmat (1148020152) : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen J&T Agen Panyileukan Bandung).**

Jasa pengiriman J&T dalam meningkatkan jumlah pelanggan harus mengutamakan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan tidak dapat dinilai dari sudut pandang J&Tnya saja tetapi juga harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan sebagai konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Tangible* (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh *Reliability* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh *Emphaty* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh *Responsiveness* (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh *Assurance* (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dan pengaruh *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Emphaty* (X3), *Responsiveness* (X4), dan *Assurance* (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Agen Panyileukan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan menggunakan *sampling incidental*, sehingga ditentukan sampel penelitian ini sebanyak 50 responden. Metode pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Adapun perhitungan dalam mengolah data ini dengan dibantu program SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2.937 > 1.678$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0.005 < 0.05$ . *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $3.512 > 1.678$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0.001 < 0.05$ . *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $1.991 > 1.678$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0.050 = 0.05$ . *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2.908 > 1.678$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0.006 < 0.05$ . *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2.963 > 1.678$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0.005 < 0.05$ . Hasil penelitian bahwa *Tangible*, *Reliability*, *Emphaty*, *Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan f hitung  $>$  f tabel ( $17.045 > 3.21$ ) dan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) Kualitas Pelayanan sebesar 66,0%, sedangkan sisanya 44,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**