ABSTRAK

Tri Sumarbhakti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (persero) Di Cianjur.
Pembimbing: Dra. Rahma Wahdiniwaty, M. Si

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur khususnya kepada para pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur mengenai kualitas pelayanan yang diberikan meliputi bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan yang diberikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur, mengetahui nilai pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur, mengetahui bagaimana loyalitas pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur, mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriftif dan verifikatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pengiriman paket di PT. Pos Indonesia (Persero) di Cianjur, dengan jumlah populasi yang berjumlah 4860 dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi *pearson,* analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 13.0 for windows.*

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa tingkat tanggapan responden tentang kualitas pelayanan sudah dinilai baik (82,2%), tanggapan responden tentang kepercayaan sudah dinilai baik (79,8%).dan tanggapan responden tentang loyalitas pelanggan sudah dinilai baik (80,05%).Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan besar pengaruh sebesar 18,7% dan sisanya sebesar 81,3% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.Secara parsial yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen adalah variabel kualitas pelayanan dengan pengaruh sebesar 11,1% dan variabel kepercayaan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan pengaruh sebesar 7,6%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Tri Sumarbhakti, "The Influence of Faith Against the Quality Service And Customer Loyalty At Package Delivery Services PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur.
Tutor: Dra. Rahma Wahdiniwaty, M. Si

The research was conducted at PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur in particular to customers of PT. Pos Indonesia (Persero), Cianjur, about the quality of services provided include physical evidence, empathy, responsiveness, reliability and securityprovided.

The purpose of this study was to determine the customer response to quality of service at PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur, knowing the value of customers at PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur, knowing how loyalty to the PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur, know how big influence of service quality on customer loyalty and trust in the PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur.

The method used in this research is descriptive method and verifikatif. The unit of analysis in this study is that customers do package delivery in the PT. Pos Indonesia (Persero) in Cianjur, with a population of 4860 with a sample size of 100 respondents. The test statistic used is the calculation of Pearson correlation, regression analysis, correlation, coefficient of determination, hypothesis testing, and also use the help of an application program SPSS 13.0 for windows.

Based on the research results can be seen that the level of respondents about the quality of care was rated as good (82.2%), respondents of the trust was rated as good (79.8%). And respondents about customer loyalty was rated as good (80.05%). While simultaneously there is a significant effect between service quality on customer loyalty and trust with a large influence for 18.7% and the rest of 81.3% is a variable that does not diteliti.Secara partials have a significant influence on consumer loyalty is a variable quality of service with the influence of 11.1% and variable trust significantly influence on customer loyalty to the influence of 7.6%.

Keywords: Quality of Service, Trust and Customer Loyalty