

ABSTRAK

Setelah ditetapkan status pandemi menjadi endemi oleh pemerintah, terjadilah perubahan yang signifikan pada perilaku masyarakat. Dalam penelitian ini berfokus kepada perubahan perilaku masyarakat dengan bukti data meningkatnya penggunaan *e-commerce* yang berdampak juga pada peningkatan penggunaan jasa ekspedisi. Hal ini menyebabkan jasa ekspedisi mengalami banyak kritikan oleh masyarakat dimana adanya anggapan bahwa pelayanan jasa ekspedisi tidak kunjung membaik selama 3 tahun belakang hingga sekarang.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah ada pengaruh yang timbul antara variabel dependen kepada independen yakni, *service quality* yang terdiri dari lima dimensi yaitu (*assurance, realibility, empathy, responsiveness, tangible*), *customer perceived value* dan *trust* kepada kepuasan pelanggan jasa ekspedisi.

Metode penelitian akan menggunakan survei berupa kuisisioner digital dengan Google Form yang akan dibagi kepada pengguna jasa ekspedisi menggunakan berbagai aplikasi messenger, seperti WhatsApp, Telegram, dll. Kemudian diolah menggunakan metode structural equation modelling partial least squares (SEM-PLS) dengan aplikasi SmartPLS dan berjumlah 165 responden pengguna jasa ekspedisi di Indonesia.

Hasil menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Sementara *trust* sebagai mediasi, memiliki pengaruh tidak langsung juga memediasi baik *service quality* ke kepuasan konsumen serta *customer perceived value* kepada kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, *trust* menjadi variabel paling berpengaruh kepada kepuasan konsumen dalam penelitian ini, maka dari itu bagi pihak-pihak penyedia jasa ekspedisi disarankan supaya mempertahankan atau meningkatkan kinerja agar rasa *trust* dari konsumen tidak pudar. Sebagai contoh berdasar kepada pertanyaan kuisisioner pada poin *trust*, responden banyak mengharapkan rasa nyaman dan aman selama pengiriman. Oleh karena itu bisa menjadi saran supaya pihak jasa ekspedisi memberikan informasi lokasi barang secara *real-time*, supaya lebih transparan dan jelas antara kedua pihak. Saran bagi peneliti berikutnya disarankan agar merubah variabel *trust* sebagai mediasi menjadi variabel lain supaya dapat diketahui lebih dalam apakah ada pengaruh mediasi yang signifikan antara keduanya.

Kata Kunci : *service quality, customer perceived value, trust*, kepuasan pelanggan, jasa ekspedisi