

ABSTRAK

Perkembangan jasa kurir atau pengiriman barang dan logistik di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan konsumen dalam hal pengiriman barang semakin tinggi. Salah satu faktor penyebabnya yaitu semakin banyaknya bisnis *online* yang ada di Indonesia. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan jasa pengiriman barang / kurir. Saat ini para pengusaha jasa kurir dan logistik semakin berlomba-lomba untuk menawarkan jasa kurirnya dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh perusahaannya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (*service quality*) dilihat dari lima dimensi: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan jasa kurir JNE Cab. Bandung Perwakilan Kawalayaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*) secara simultan maupun parsial terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa kurir JNE Kawalayaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini berjumlah 91.250 pengunjung dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 pelanggan. Data dikumpulkan dengan kuisioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari 5 dimensi (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial ada 3 dimensi yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *tangibles*. Variabel yang dominan memiliki pengaruh signifikan adalah *responsiveness*.

Kata kunci : *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*, dan Kepuasan Pelanggan.