

ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Jne Sei Rampah)

Mifta Hidayah

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

Miftahidayah2001@gmail.com

Dosen Pembimbing I :

Dedy Dwi Arseto, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing II :

Bobby Hartanto, S.Kom., MMSI., CIISA.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan dan lokasi dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan teknik sampel accidental sampling sebanyak 94 responden, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, koesioner dan observasi, sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument, uji asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2) serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS 25.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilakukan uji analisis jalur sehingga diketahui variabel kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan variabel kepercayaan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan serta variabel kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan variabel lokasi terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kepercayaan Pelanggan, Lokasi, Loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

*The Effect of Customer Trust and Location on Customer Loyalty with Customer satisfaction as an Intervening Variable
(Case Study on Customers of JNE Sei Rampah Goods Delivery Services).*

Mifta Hidayah

S1 Management Study Program of STIE Bina Karya Tebing Tinggi

Miftahidayah2001@gmail.com

Supervisor I :

Dedy Dwi Arseto, S.E., M.M.

Supervisor II:

Bobby Hartanto, S.Kom., MMSI., CIISA.

The purpose of the study was to the effect of customer trust and location on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. The research method used is quantitative research. Sampling in this study used non-probability sampling with accidental sampling techniques of 94 respondents, the data collection methods used were interviews, questionnaires and literature studies, while the data analysis used in this study was instrument tests, classical assumption tests, coefficients of determination (R²) and hypothesis testing using SPSS 25.00. The results of this study indicate that customer trust has no significant effect on customer satisfaction. Location has a significant effect on customer satisfaction. Customer trust has no significant effect on customer loyalty. Location has a significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has no significant effect on customer loyalty. Based on these results, the path analysis test can be carried out so that it is known that the customer satisfaction variable cannot mediate the relationship between the customer trust variable and the customer loyalty variable and the customer satisfaction variable cannot mediate the relationship between the location variable and the customer loyalty variable

Keywords: *Customer Trust, Location, Customer Loyalty, Customer satisfaction*