

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN DIMENSI *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE KANTOR PERWAKILAN KALIMALANG

Dimas Widiyanto Ananda¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan dimensi *brand image* terhadap kepuasan pelanggan JNE Kantor Perwakilan Kalimantan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan JNE Kantor Perwakilan Kalimantan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan membagikan kuisioner dan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa secara simultan kualitas layanan yang terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil dan *brand image* yang terdiri dari citra perusahaan, citra produk dan citra pengguna memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan dari hasil uji F-hitung dan tingkat signifikan < 0.05 . Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan JNE Kantor Perwakilan Kalimantan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan *brand image*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Hasil, Citra Perusahaan, Citra Produk, Citra Pengguna, Kepuasan Pelanggan

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSION AND BRAND IMAGE
DIMENSION TO CUSTOMER SATISFACTION OF JNE KALIMALANG
REPRESENTATIVE OFFICE***

Dimas Widiyanto Ananda²

ABSTRACT

The objective of this research is to examine the effect of service quality dimension and brand image dimension on customer satisfaction of JNE Kalimalang Representative Office. The concepts of service quality, brand image, and customer satisfaction are taken from various resources. Population used in this research are all JNE Kalimalang Representative Office customers. Data used in this research are primary data which use questionnaire to collect data and sample are chosen by using the convenience sampling method. This research use 100 respondents as a sample. This research use multiple regression analysis to test the hypothesis.

The results found that the service quality dimension simultaneously consist of interaction quality, physical environment quality and outcome quality and brand image consist of corporate image, product image and user image have significant effect on customer satisfaction. Which shown by the result of F- statistic's significant level $< 0,05$. The results of this research indicate that customer satisfaction at JNE Kalimalang Representative Office is affected by service quality dimension and brand image dimension

Keywords: Service Quality, Interaction Quality, Physical Environment Quality, Outcomes Quality, Corporate Image, Product Image, Image User, Customer Satisfaction

² Student Management Program of Bakrie University