

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI NILAI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA ANTERAJA DI KOTA DENPASAR

I Wayan Mudita Adijaya Lendra (01011170161)

Dalam rangka menekan penyebaran virus di tengah pandemi covid-19, masyarakat cenderung beralih dari melakukan belanja secara konvensional menjadi belanja secara daring. Hal tersebut menjadi kesempatan besar bagi penyedia jasa pengiriman untuk mengembangkan bisnisnya dengan menarik banyak pelanggan untuk setia menggunakan jasanya, salah satunya jasa Anteraja. Sehingga pada penelitian ini membahas tentang studi loyalitas pelanggan pada jasa Anteraja yang dilihat dari pengaruh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Kriteria responden pada penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Anteraja minimal sekali pada kurun waktu 6 bulan terakhir dan berdomisili di Kota Denpasar. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data kuantitatif pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner elektronik *Google forms* dengan jumlah responden sebanyak 198 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan persepsi nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kontribusi teoritis yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah bahwa variabel persepsi nilai yang ditambahkan ke model penelitian terbukti dapat memberikan pengaruh yang positif dan signifikan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan Anteraja di Kota Denpasar. Selain itu, kontribusi manajerial yang dapat diberikan kepada pihak Anteraja agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya yakni agar pihak Anteraja dapat meningkatkan kualitas dari layanan yang diberikannya terutama pada dimensi *tangible* dan *empathy*, selanjutnya pihak Anteraja diharapkan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikannya agar pelanggan lebih percaya untuk menggunakan jasanya, dan pihak Anteraja diharapkan dapat menetapkan tarif ongkir yang lebih terjangkau namun tetap dengan kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggannya.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan; kepercayaan; persepsi nilai; kepuasan pelanggan; loyalitas pelanggan

## ABSTRACT

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI NILAI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA ANTERAJA DI KOTA DENPASAR

I Wayan Mudita Adijaya Lendra (01011170161)

In order to suppress the spread of the virus during the COVID-19 pandemic, people tend to switch from doing conventional shopping to online shopping. This is a great opportunity for delivery service providers to develop their business by attracting many loyal customers to use their services, one of which is Anteraja services. In this study discusses the study of customer loyalty in Anteraja services which is seen from the influence of the variables of service quality, trust, perceived value and customer satisfaction. The criteria for respondents in this study are customers who have used Anteraja's services at least once in the last 6 months and are domiciled in Denpasar City. The sampling method in this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. Quantitative data in this study were collected through an electronic Google forms questionnaire with a total of 198 respondents. Data analysis in this study used the SEM-PLS method using SmartPLS software. The results of the analysis in this study indicate that each variable of service quality, trust, and perceived value has a positive effect on customer satisfaction and customer loyalty, and customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. The theoretical contribution generated by this study is that the perceived value variable added to the research model is proven give the positive and significant influence on increasing Anteraja customer satisfaction and loyalty in Denpasar City. In addition, the managerial contribution that can be given to Anteraja in order to increase customer satisfaction and loyalty is that Anteraja can improve the quality of the services it provides, especially in the tangible and empathy dimensions. Furthermore, Anteraja is expected to provide services according to what it, and it is hoped that Anteraja will be able to set more affordable delivery rates but still provide quality service that satisfies its customers.

**Keywords:** service quality; trust; value perception; customer satisfaction; customer loyalty