

ABSTRAK

Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta. Beberapa unit kegiatan yang dilakukan oleh JNE antara lain impor barang, dokumen, serta pengantaran. Tidak hanya melayani pangsa pasar domestik saja, JNE juga melayani urusan pengantaran barang dan dokumen dari luar negeri untuk masuk ke Indonesia. Di bawah nama resmi yang berlabel Tiki, Jalur Nugraha Ekakurir adalah perusahaan pengiriman terbesar di Indonesia. Seiring dengan banyaknya perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik di Indonesia, hal ini dapat mendorong JNE untuk meningkatkan performa agar dapat bertahan dalam persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *post purchase experience* yaitu dengan menggunakan variabel layanan pelanggan, pengiriman, pelacakan, pengembalian, kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali pada pelanggan atau pengguna jasa pengiriman barang dan logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman barang dan logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Sampel yang digunakan sebanyak 200 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan pelanggan, pengiriman, pelacakan, dan pengembalian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali.

Kata kunci : *Layanan Pelanggan, Pengiriman, Pelacakan, Pengembalian, Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali*