

ABSTRAK

PT. Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa pengiriman surat, paket, dan uang. Munculnya berbagai pilihan jasa kurir di Indonesia menyebabkan persaingan yang ketat antara PT. Pos Indonesia dengan perusahaan kurir swasta, seperti JNE, J&T Express, dan Tiki. Pasar yang awalnya merupakan pasar monopoli dengan PT. Pos Indonesia sebagai pemain utama, saat ini semakin tergerus dengan perkembangan perusahaan kurir swasta yang sangat pesat. Persaingan ketat juga terjadi di sektor jasa keuangan, yaitu dengan munculnya berbagai perusahaan yang menciptakan aplikasi dompet digital yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan transaksi keuangan dimanapun dan kapanpun mereka inginkan seperti GoPay, DANA, OVO, dan lain-lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan untuk menggunakan layanan dari PT. Pos Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang pernah menggunakan jasa kurir PT. Pos Indonesia dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Sampel yang digunakan sebanyak 167 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, PT. Pos Indonesia