

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE (Studi Pada Pelanggan JNE Kec.Tanah Abang Jakarta Pusat)

Nama : Chiesa Abi Putra Mardhani

Program Studi : S-1 Manajemen

Pembimbing : Prof.Dr.Benny Gunawan,M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE (Studi Pada Pelanggan JNE Kec.Tanah Abang Jakarta Pusat). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang menggunakan jasa pengiriman JNE yang berdomisili Kec.Tanah Abang Jakarta Pusat. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling* sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian kualitas pelayanan,*word of mouth* dan brand image secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan *brand image* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Title : The Influence of Service Quality, Word Of Mouth and Brand Image on JNE Customer Satisfaction (Studies on JNE Customers, Tanah Abang District, Central Jakarta)

Name : Chiesa Abi Putra Mardhani

Study Program : S-1 Management

Advisor : Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc

This study aims to determine the effect of service quality, word of mouth and brand image on JNE customer satisfaction (a study on JNE customers, Tanah Abang district, Central Jakarta). The population in this study are all people who use JNE delivery services who live in Kec.Tanah Abang, Central Jakarta. The sample in this study was taken using the Non Probability Sampling Method using purposive sampling technique of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis to determine the direct and indirect effect between variables. The results of the research on service quality, word of mouth and brand image together have a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, word of mouth has a positive and significant effect on customer satisfaction, and brand image has no positive effect. and not significant to customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Word Of Mouth, Brand Image, Customer Satisfaction