

ABSTRAK

Berdasarkan *Top Brand Index*, jasa pengiriman JNE *Express* mengalami penurunan persentase pengguna jasa layanan tersebut pada dua tahun terakhir. Dimana ada tahun 2022 tingkat pengguna jasa pengiriman JNE *Express* di Indonesia mencapai 39,3% dan menduduki peringkat pertama sebagai jasa pengiriman terbaik pada tahun tersebut, sedangkan pada tahun 2023 JNE *express* penurunan persentase pengguna jasa layanan JNE *Express* yaitu menjadi 29,10% dan pada tahun 2024 JNE *Express* mengalami penurunan Kembali persentase pengguna menjadi 11,50%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Privasi Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa ekspedisi JNE *Express* Kota Lhokseumawe. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yang berupa kuesioner. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Kota Lhokseumawe yang pernah menggunakan jasa Ekspedisi JNE *Express* Kota Lhokseumawe, jumlah sampel dihitung menggunakan rumus *Lemeshow* berjumlah 97 responden. Data penelitian menunjukkan data berdistribusi normal. Berdasarkan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas tidak ditemukan penyimpangan asumsi dasar, dengan kata lain data yang digunakan pada penelitian ini telah memenuhi syarat dalam penggunaan metode persamaan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Layanan berpengaruh negatif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan hasil nilai uji t yang menghasilkan nilai Sig. t sebesar $0,572 < 1,9852$ dan nilai signifikansi sebesar $0,568 > 0,05$. Harga Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan hasil uji regresi linear berganda dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai sebesar $5.441 > 1,9852$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Privasi Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan hasil uji regresi linear berganda dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai sebesar $3,501 > 1,9852$ dan nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$. Dikarenakan nilai t variabel privasi lebih besar dari 1,9852 dan nilai signifikansi variabel tersebut kurang dari 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Privasi Pelanggan, Loyalitas Pelanggan