

ABSTRAK

Nama : ANWAR
Program Studi : Program Magister Ilmu Manajemen
Judul : PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. GLOBAL JET EXPRESS (J&T) DI KOTA LHOKSEUMAWE

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* dan *customer Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada PT. Global Jet Express (J&T) di Kota Lhokseumawe dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi atau intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner menggunakan *google form*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan analisis SmartPLS 3.0 (*Partial Least Square*) dengan uji intervening effect. Analisis yang digunakan di dalam penelitian ini meliputi 1) evaluasi model pengukuran (uji statistik deskriptif, uji outer model, uji *discriminant validity* (*fornell & lacker*, *HTMT*, dan *cross loading*), uji reliability dan average variance extracted), 2) evaluasi model struktural (uji multikolinier Inner VIF, Uji Signifikansi Path Coefficient, dan *effect size*. 3) evaluasi model fit (R Square, dan SRMR). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Hasil uji analisis H1 menunjukkan SQ berpengaruh signifikan dan positif terhadap CL. Kemudian, hasil uji analisis H2 menunjukkan SQ berpengaruh signifikan terhadap CS. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ekspedisi J&T maka akan semakin tinggi pula kemungkinan pelanggan untuk terus menggunakan jasa J&T dan merekomendasikan dengan rekannya. 2) Hasil uji analisis H3 menunjukkan CT berpengaruh positif dan signifikan terhadap CL. Kemudian, hasil uji H4 menunjukkan CT berpengaruh positif dan signifikan terhadap CS. Pada hasil uji H5 menunjukkan CS berpengaruh positif dan signifikan terhadap CL. 3) Hasil uji analisis H6 menunjukkan bahwa CS mampu memediasi secara signifikan dan positif pengaruh SQ terhadap CL. H7 menunjukkan bahwa CS mampu memediasi secara signifikan dan positif pengaruh CT terhadap CL. Semakin tinggi tingkat mutu kualitas pelayanan dan informasi akses yang dimiliki perusahaan ekspedisi J&T maka akan memperkuat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap *Customer Loyalty*. Implikasi dalam penelitian dapat menjadi pertimbangan dan evaluasi terkait mengenai permasalahan yang ada di perusahaan ekspedisi. Dan teori-teori yang muncul didalamnya dapat manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Kata Kunci : *Customer Customer Trust, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, J&T Ekspres, Service Quality*

ABSTRACT

Name : ANWAR
Study Program : Graduate Program in Management Science
Title : **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER TRUST ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT PT. GLOBAL JET EXPRESS (J&T) IN LHOKSEUMAWE CITY**

This study aims to test and analyze the effect of Service Quality and Customer Trust on Customer Loyalty at PT. Global Jet Express (J&T) in Lhokseumawe City with customer satisfaction as a mediating or intervening variable. This quantitative study collects the data using a questionnaire using a Google form and analyzed using SmartPLS 3.0 (Partial Least Square) analysis with an intervening effect test. The analysis used in this study includes 1) evaluation of the measurement model (descriptive statistical test, outer model test, discriminant validity test (fornell & lacker, HTMT, and cross loading), reliability test and average variance extracted), 2) evaluation of the structural model (multicollinear Inner VIF test, Path Coefficient Significance Test, and effect size. 3) evaluation of the fit model (R Square, and SRMR). The results of this study indicate that 1) The results of the H1 analysis test show that SQ has a significant and positive effect on CL. Then, the results of the H2 analysis test show that SQ has a significant effect on CS. It proves that the higher the level of service by the J&T Expedition company, the higher the possibility of customers to continue using J&T services and recommending them to their colleagues. 2) The results of the H3 analysis test show that CT has a positive and significant effect on CL. Then, the results of the H4 test show that CT has a positive and significant effect on CS. The results of the H5 test show that CS has a positive and significant effect on CL. 3) The results of the H6 analysis test show that CS can significantly and positively mediate the effect of SQ on CL. H7 shows that CS can significantly and positively mediate the effect of CT on CL. The higher the quality of service and access to information owned by the J&T Expedition company, the stronger the influence of customer trust on Customer Loyalty. For the implications, this study can be considered and evaluated for the problems in the expedition company, and the theories that emerge from it can be useful as considerations in decision-making.

Keywords : *Customer Trust, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, J&T Express, Service Quality.*