

ABSTRAK

Erin Sopian, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Kantor Pos Indonesia Cab. Cikampek (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket Di Kantor Pos Indonesia Cab. Cikampek).

Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangannya di Indonesia, khususnya di jasa kurir, hal ini di latarbelakangi dengan berlakunya Undang-Undang No.38 tahun 2009, dimana perusahaan yang dapat masuk dalam usaha jasa bidang kurir ini menjadi luas, tidak hanya terbatas pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), melainkan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) ataupun koperasi dan swasta bisa masuk ke dalam bisnis kurir ini, dengan demikian munculnya peraturan tersebut persaingan di bisnis kurir ini semakin kompetitif dikarenakan segala bentuk badan usaha dan swasta bisa masuk ke bisnis ini tanpa pembatasan, sehingga setiap pelaku bisnis jasa kurir ini di tuntut untuk melakukan peningkatan *competitive advantage* bisnisnya agar dapat menjangkau konsumen lebih banyak lagi, Karena bisnis jasa kurir ini merupakan bisnis layanan dan kepercayaan, maka dari fenomena tersebut menarik untuk diteliti.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir Pos Indonesia di Kantor Pos Indonesia Cabang Cikampek dan juga untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir Pos Indonesia di Kantor Pos Indonesia Cabang Cikampek. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian merupakan pengguna jasa pengiriman paket di kantor Pos Indonesia cab. Cikampek yang berjumlah 301.731, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dari Sugiyono (2005) dan

diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis angka indeks dan analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis angka indeks untuk variable kualitas pelayanan mendapatkan penilaian berada dalam kategori tinggi, variabel kepercayaan konsumen berada dalam kategori tinggi dan untuk variabel keputusan pembelian penilaian berada pada kategori sedang. Hasil perhitungan regresi linier berganda didapat *R-square* sebesar 9.1% yang menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 9.1% sedangkan sisanya 90.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti oleh peneliti. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan melakukan studi secara lebih luas dengan mempertimbangkan faktor lain seperti faktor motivasi, pembelajaran, budaya, sosial, personal dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian