

ABSTRAK

Layanan pengiriman logistik, atau yang sering disebut sebagai *logistic delivery service*, menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung rantai pasokan dan distribusi barang. Berbagai layanan ekspedisi yang telah dikenal luas oleh masyarakat, diantaranya yaitu JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan J&T. Kehadiran beragam pilihan ini telah mengakibatkan persaingan bisnis dalam bidang pengiriman barang dan dokumen menjadi semakin sengit. Menurut Top Brand Award, pada tahun 2018-2023 ekspedisi JNE mengalami penurunan dari peringkat satu yang digantikan posisinya oleh ekspedisi J&T sebagai peringkat satu. Selain fenomena tersebut, terjadi inkonsistensi dari penelitian terdahulu yang memiliki variabel-variabel penelitian yaitu antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dari fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab kesenjangan antara Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen ekspedisi JNE di Kota Semarang dengan Minat Beli Ulang sebagai Mediasi penelitian ini.

Data pada penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup, yang berhasil memperoleh sebanyak 140 responden. Responden yang dicari memiliki kriteria adalah konsumen ekspedisi JNE yang mengetahui jasa ekspedisi JNE, pernah menggunakan jasa ekspedisi JNE, dan berdomisili di Kota Semarang. Hasil data kuesioner kemudian dianalisis secara kuantitatif struktural dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) pada program AMOS (*Analysis Moment of Structural*) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Layanan dan Persepsi Harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Begitupun dengan Minat Beli Ulang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Implikasi manajerial yang dapat diambil dari penelitian ini adalah memberikan pertimbangan terhadap perusahaan ekspedisi JNE dalam meningkatkan Kualitas Layanan dan Persepsi Harga pada konsumen agar meningkatkan Minat Beli Ulang konsumen untuk menggunakan jasa ekspedisi JNE sebagai pilihannya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang, Keputusan Pembelian,