

## ABSTRAK

Di dalam industri pengiriman barang, banyak bermunculan pesaing baru dan semakin banyak pilihan jasa pengiriman barang yang tersedia. Saat ini sudah banyak jasa ekspedisi dengan fitur dan karakteristik yang unik untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang. Salah satu jasa ekspedisi tersebut adalah PT JNE, perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian atau pengiriman barang. Sejalan dengan hal tersebut, pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta informasi juga turut mempengaruhi perubahan perilaku manusia. Pada akhirnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih produk yang akan dikonsumsi dan mana yang tidak sehingga timbul suatu kepuasan konsumen, yang berimbas pada minat penggunaan ulang.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh yang muncul melalui kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, serta kepuasan konsumen guna menumbuhkan minat penggunaan ulang terhadap PT. JNE. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Kemudian penelitian ini diuji dengan total 125 sampel yang didapatkan dari kuesioner serta mengarah khusus terhadap pelanggan yang pernah menggunakan layanan jasa ekspedisi JNE di Kota Semarang. Data yang didapatkan diolah menggunakan analisis SEM dengan bantuan *software* AMOS untuk menguji 4 hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, serta kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ulang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang