ABSTRAK

Industri jasa logistik menjadi salah satu bisnis penyumbang pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu perusahaan yang menyediakan pelayanan di bidang logistik adalah SiCepat Ekpress. Sayangnya ditengah-tengah maraknya masyarakat yang menggunakan layanan logistik dalam menunjang pengiriman barang, SiCepat Ekpress belum menjadi pilihan utama konsumen dalam menggunakan Jasa Logistik. Meskipun dari pihak SiCepat Sudah melakukan berbagai cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka tetapi jika dilihat dari data Top Brand 2021 reputasi SiCepat Ekpress belum dapat menduduki peringkat lima besar. Selain fenomena tersebut ditemukan kesenjangan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Fenomena dan kesenjangan penelitian inilah yang menjadi dasar penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan model empirik untuk mengatasi kesenjangan antara kualitas layanan logistik terhadap kepuasan konsumen agar dapat menghasilkan konsumen yang puas terhadap SiCepat Ekpress, melalui konsep citra merek dan keterikatan merek.

Penelitian ini diawali dengan mengembangkan model penelitian antara kualitas layanan logistik, citra merek, keterikatan merek, dan kepuasan konsumen. Selanjutnya data yang diperoleh dari 150 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Responden merupakan konsumen yang pernah menggunakan SiCepat Ekpress minimal 2 kali. Kemudian data diolah menggunakan Structural Equaition Model (SEM) dan diolah dengan alat analisis Analysis Moment of Structural (AMOS) versi 23.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualita layanan logistik memiliki pengaruh signifikan positif terhadap citra merek, citra merek memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keterikatan merek, citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, keterikatan merek berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, dan citra merek memediasi hubungan antara kualitas layanan logistik terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Logistik, Citra Merek, Keterikatan Merek, Kepuasan Konsumen.

FEB UNDIP