

ABSTRACT

PT Pos Indonesia is a state –owned enterprise which runs in freight forwarding service. Running its duty, every company would try to give the best service to their customer, as a company viability lies on customers satisfaction. This reserch aim to know the effect of brand image, service feature, and service user decision either as simultaneous or parsial to customer satisfication.. This research has been done based on the phenomom of lots of new freigh forwarding company in Semarang and becoming a threat to PT Pos Indonesa, mainly to Semarang Post Office.

Sample for this reaserch was taken using purposive sampling methode with the provision of have sent “kilat khusus” to Semarang Post Office. The amount of sample used is 100 respondent. Collected data is processed using SPSS version 21.0 and path analysis statistic.

Reserch result shows that brand image doesn't take effect to service user desicion, but it take effect direcly to customer satisfication. Meanwhile service feature take effect directly to customer satisfication, as well by service user decision. Research result also shows that service user decision positively take effect to consunenst satification.

Key words : brand image, service feature, service user desicion, and customer satisfication.

ABSTRAK

PT Pos Indonesia adalah sebuah perusahaan milik negara yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Dalam menjalankan tugasnya, hendaknya setiap perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya, karena kelangsungan hidup suatu perusahaan ada pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari pengaruh brand image, fitur layanan dan keputusan penggunaan jasa baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena banyaknya perusahaan jasa pengiriman baru yang bermunculan di Semarang dan menjadi ancaman bagi PT Pos Indonesia , terutama pada Kantor Pos Semarang.

Sample dalam penelitian ini diambil menggunakan metode purposive sampling dengan syarat telah melakukan pengiriman pos kilat khusus pada Kantor Pos Semarang . Jumlah sample yang digunakan sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan SPSS versi 21.0 dan model statistik analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan jasa, namun berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan fitur layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, maupun melalui keputusan penggunaan jasa. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan penggunaan jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : brand image, fitur layanan, keputusan penggunaan jasa, dan kepuasan konsumen.