

ABSTRAKSI

Baiq Gina Octarida, nomor mahasiswa 152130016, Program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Trust* dan Dampaknya pada *Brand Loyalty* (Studi pada Pelanggan Ekspedisi Kantor Pos Besar Yogyakarta)”, 2017. Dosen Pembimbing I Dr. Sigit Haryono M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Lukmono Hadi MS.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Trust*, pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty*, dan pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* pada jasa Kantor Pos Besar Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan tipe eksplanatori (*explanatory research*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantor Pos Besar Yogyakarta yang telah melakukan penggunaan jasa lebih dari tiga kali. Jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 60 orang responden, yang sesuai dengan pendapat Singarimbun dan Effendi (1995) yang menyatakan bahwa apabila ukuran populasi tidak diketahui maka ukuran sampel yang diambil minimal 30 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial yang meliputi analisis Path, uji Sobel, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Trust* dengan perolehan angka t hitung sebesar 7,778. Kemudian, variabel *Brand Trust* juga berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* dengan perolehan angka t hitung sebesar 5,729, dan variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* dengan perolehan angka t hitung sebesar 6,150.

Saran yang dapat diusulkan sebagai bahan pertimbangan bagi Kantor Pos Besar Yogyakarta yaitu Kantor Pos Besar Yogyakarta harus memperhatikan variabel *Customer Satisfaction* dengan meningkatkan item-item yang memiliki nilai kurang, seperti jasa yang ditawarkan Kantor Pos Besar Yogyakarta lebih tinggi/baik daripada yang diharapkan. Kantor Pos Besar Yogyakarta harus memperhatikan variabel *Brand Trust* dengan meningkatkan item-item yang memiliki nilai kurang, seperti jasa Kantor Pos Besar Yogyakarta dapat diandalkan atas janji-janjinya. Kantor Pos Besar Yogyakarta harus memperhatikan variabel *Customer Satisfaction* dengan meningkatkan item-item yang memiliki nilai kurang, seperti selalu menggunakan Kantor Pos Besar Yogyakarta sebagai jasa kurir, tidak akan pindah pada jasa kurir lain, dan tetap menggunakan jasa Kantor Pos Besar Yogyakarta walaupun harganya dinaikkan.

Kata kunci: *Customer Satisfaction, Brand Trust, Brand Loyalty*