

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Pos Indonesia KCU Palembang 30000. Kualitas pelayanan diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Dimensi *Reliability* menjadi faktor paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas. Secara simultan, kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,860 yang menunjukkan bahwa 86% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh model ini. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan pencapaian yang telah ada dan mengembangkan strategi pelayanan secara menyeluruh untuk meningkatkan kepuasan dan keterikatan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, SERVQUAL, Regresi Linier Berganda, PT Pos Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty at PT Pos Indonesia KCU Palembang 30000. Service quality is measured using the five SERVQUAL dimensions: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. A quantitative approach was applied using a survey method by distributing questionnaires to 97 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 27. The results indicate that all five dimensions of service quality have a significant partial effect on customer loyalty. Among them, Reliability is the most dominant factor. Simultaneously, service quality also has a significant effect on customer loyalty, with an Adjusted R Square value of 0.860, indicating that 86% of the variance in customer loyalty is explained by the model. These findings emphasize that service quality is a strategic factor in building and maintaining customer loyalty. Therefore, the company is encouraged to maintain its current performance and further develop service strategies to enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, SERVQUAL, Multiple Linear Regression, PT Pos Indonesia