

ABSTRAK

MOCHAMAD SEVIO AMRY, 21112045

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *DELIVERY RISK* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND TRUST* PADA PELANGGAN PT. J&T EXPRESS DI SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2025

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Delivery Risk, Brand Trust, Purchase Intention, J&T Express

Fenomena peningkatan permintaan layanan ekspedisi di tengah pertumbuhan *e-commerce* menuntut perusahaan seperti J&T Express untuk terus menjaga kualitas layanan dan meminimalisir risiko pengiriman demi mempertahankan kepercayaan pelanggan serta mendorong intensi pembelian ulang. Dalam konteks perilaku konsumen, *purchase intention* merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur potensi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan risiko pengiriman (*delivery risk*) terhadap minat beli (*purchase intention*) melalui kepercayaan merek (*brand trust*) pada pelanggan PT. J&T Express di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 99 responden pengguna jasa J&T Express di Surabaya. Teknik analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat bantu SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap *brand trust*. *delivery risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand trust*. *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. *Delivery risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand trust*. *Delivery risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand trust*.