

## ABSTRAK

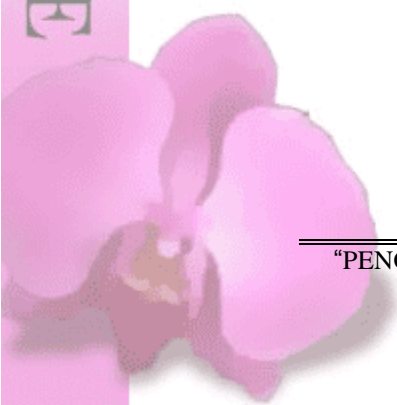
Pada era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Dengan mengembangkan inovasi, memanfaatkan teknologi, dan meningkatkan kualitas, kita dapat bersaing untuk dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini, terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek hanya memakai sitem pangkalan berbasis wilayah atau berada di tikungan. Dan sekarang ojek bisa dapat di pesan secara online dengan mengunduh aplikasi yang disediakan. Salah satu perusahaan yang menyediakan aplikasi tersebut yaitu Gojek.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis sejauh mana variabel Kepuasan Pelanggan mampu meningkatkan Kualitas pelayanan secara bermakna terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen GoJek di Malang.

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna jasa Gojek di kota Malang. Jenis penelitian ini menggunakan *explanatory research* yang bertujuan untuk mengetahui tentang adanya hubungan variabel-variabel (sebab-akibat). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menggunakan atau berlangganan jasa GoJek. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden.

Berdasarkan hasil pengujian bahwa Kualitas Layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan karena nilai F hitung = 39,216 adalah lebih dari F tabel = 2,19, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan karena nilai t hitungya sebesar 4,503 tingkat probabilitas sebesar 0,000 adalah kurang dari 0,05 dan nilai uji t adalah nilai t hitungnya (4,503) lebih besar dari t tabelnya (1,664). Kepuasan pelanggan mampu meningkatkan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen GoJek di Malang dilihat bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsungnya. Ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan diterima menjadi variabel intervening. Hasil perhitungan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) nilainya sebesar 93,8% loyalitas pelanggan dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan dan kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 6,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, LOYALITAS PELANGGAN



## **ABSTRACT**

*In this era of globalization, competition in the business world is getting tighter. By developing innovation, utilizing technology, and improving quality, we can compete to attract and retain customers. Along with the development of technology today, there are applications that introduce ojek service booking technology and use service standards. Previously the ojek only use a regional base system based or in the corner. And now motorcycles can be in the message online by downloading the applications provided. One company that provides the application is Gojek.*

*The purpose of this study to analyze the extent to which Customer Satisfaction variables are able to improve service quality significantly to Customer Loyalty to GoJek consumers in Malang.*

*Population of this research is service user of Gojek in Malang city. This type of research uses explanatory research that aims to know about the relationship of variables (cause-effect). The population in this study are all consumers who have ever used or subscribed to GoJek services. Sampling method using accidental sampling with the number of samples counted 98 respondents.*

*Based on test result that Quality of Service (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) on Customer Satisfaction have positive and significant effect because  $F$  value count = 39,216 is more than  $F$  table = 2,19, Customer Satisfaction to Customer Loyalty have positive and significant influence because the value of  $t$  count of 4.503 the probability level of 0.000 is less than 0.05 and the value of  $t$  test is the value of  $t$  arithmetic (4.503) is greater than  $t$  table (1.664). Customer satisfaction can improve the quality of service to customer loyalty to GoJek consumer in Malang seen that indirect influence is greater than direct influence. This proves that customer satisfaction is accepted to be an intervening variable. The calculation result of determination coefficient analysis ( $R^2$ ) is 93,8% customer loyalty explained by customer satisfaction variable and service quality, while the rest equal to 6,2% explained by other factors not explained in this research.*

**Keywords:** *SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER LOYALTY*

