

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya transformasi dalam hal transportasi selama dua tahun terakhir di Indonesia, hal ini juga disebabkan karena adanya pengaruh perkembangan teknologi yang modern. Hal ini terlihat dengan adanya moda transportasi berbasis online pada kota-kota besar di Indonesia. Salah satu transportasi online yang sedang populer di Bandung adalah GrabCar. GrabCar merupakan transportasi yang memberikan solusi bagi masyarakat pada era generasi millennial saat ini. Era generasi millennial yaitu generasi yang kritis dan juga memiliki pengetahuan yang baik akan keamanan penggunaan aplikasi mobile dalam bertransaksi secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan GrabCar Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kausalitas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling dan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden kepada pelanggan yang berdomisili di Bandung dan sudah menggunakan layanan GrabCar minimal 2 kali di Kota Bandung. Jumlah sampel responden ini disebar secara acak di wilayah Bandung yang terbagi menjadi lima yaitu wilayah Bandung Timur, Bandung Barat, Bandung Utara, Bandung Selatan dan Bandung Tengah. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan Uji f dan Uji t.

Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan GrabCar Bandung adalah baik. Kepuasan pelanggan berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan kategori baik. Uji f menunjukkan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Uji t menunjukkan secara terdapat 1 subvariabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu *Tangible*, sedangkan subvariabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* tidak berpengaruh secara signifikan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya harga.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan (*Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible*), Kepuasan Pelanggan, GrabCar Bandung.