

ABSTRAK

Persaingan ketat dalam industri transportasi online menuntut perusahaan seperti Gojek untuk mempertahankan loyalitas pelanggan melalui strategi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan keterlibatan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna layanan GoRide dan GoCar di Kota Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 395 responden yang dipilih secara purposive. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner skala Likert, dan analisis data dilakukan menggunakan teknik Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui keterlibatan pelanggan. Keterlibatan pelanggan terbukti sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri transportasi online, khususnya Gojek, untuk memperkuat persepsi merek, meningkatkan kualitas layanan, dan membangun keterlibatan pelanggan secara emosional dan kognitif guna mempertahankan loyalitas di tengah persaingan pasar digital yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Keterlibatan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Gojek, Transportasi Online, SEM-PLS, Digital Marketing