

ABSTRAK

Pertumbuhan internet memainkan peran penting dalam perkembangan bisnis di Indonesia, secara signifikan mengubah berbagai layanan dan mempengaruhi perilaku pelanggan. Sektor transportasi adalah salah satu industri yang paling terpengaruh oleh perubahan ini. Gojek, dengan jumlah unduhan tertinggi di Indonesia, memimpin pasar transportasi online. Namun, terlepas dari dominasinya, Gojek memiliki peringkat terendah di App Store dan Google Play Store. Meskipun Gojek beroperasi sebagai SuperApp, data menunjukkan bahwa preferensi pelanggan untuk transportasi online juga dipengaruhi oleh kualitas layanan pengemudi. Umpan balik pelanggan menunjukkan ketidakpuasan dan kekecewaan yang terus berlanjut terhadap layanan yang diberikan oleh pengemudi Gojek.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak dari kualitas layanan dan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berusaha mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk memastikan keberlanjutan Gojek. Analisis berfokus pada hubungan langsung antar variabel (kausal) dan hubungan tidak langsung melalui efek mediasi kepercayaan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji hubungan antar variabel. Pengumpulan data melibatkan sumber primer dan sekunder, termasuk survei yang disebarkan kepada responden melalui kuesioner, serta data dari artikel, jurnal, dan penelitian sebelumnya. Responden adalah individu yang pernah menggunakan Gojek, khususnya layanan Gocar. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) untuk uji validitas dan reliabilitas serta teknik Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.2.9 untuk pengolahan data dari 385 responden.

Kata Kunci: Service quality, customer satisfaction, gojek, customer perceived value, trust