

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PROMOTION AND  
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF GOJEK  
TRANSPORTATION SERVICES  
(Case Study on Gojek Users in East Bekasi)**

**By Mely Yani**

***Abstract***

*Gojek is an online transportation service popular in Indonesia, particularly in major cities such as East Bekasi. Because of its population growth and high mobility, Problems develop, one of which is traffic congestion, necessitating the use of quick, comfortable, and safe transportation. This is a quantitative study to see how customer happiness for Gojek services in East Bekasi is affected by brand image, promotion, and service quality. Users of the Gojek in East Bekasi made up the research sample, which included 96 people. Non-probability sampling with a purposive sampling strategy was used for the sampling procedure. A questionnaire was used to collect data, and the SmartPLS 3.0 tool was used to analyze the results. According to the findings: (1) brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.341, (2) promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.539, and (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.357. While brand image, promotion, and service quality contributed to customer satisfaction with an Adjusted R square value of 0.623 while 37.7% caused other factor product quality, emotional factor and perceived convenience.*

***Keywords:*** Brand Image, Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction And Gojek.

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA  
TRANSPORTASI GOJEK**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Gojek di Bekasi Timur)**

**Oleh Mely Yani**

**Abstrak**

Gojek merupakan layanan transportasi online yang populer di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Bekasi Timur. Karena pertumbuhan penduduk dan mobilitas yang tinggi, maka timbul permasalahan salah satunya kemacetan lalu lintas yang menuntut penggunaan transportasi yang cepat, nyaman, dan aman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk melihat bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan Gojek di Bekasi Timur dipengaruhi oleh citra merek, promosi, dan kualitas layanan. Sampel dari penelitian ini adalah pelanggan atau pengguna aplikasi Gojek di Bekasi Timur dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel non *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan analisis dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian: (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,341, (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,539, dan (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan sebesar 0,357. Sedangkan citra merek, promosi, dan kualitas layanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Adjusted R square sebesar 0,623 sedangkan 37,7% disebabkan oleh faktor lain kualitas produk, faktor emosional dan persepsi kenyamanan.

**Kata Kunci** : Citra Merek, Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Gojek.