

The Effect of E-service Quality, Service Quality and Brand Image on Gojek Customer Loyalty in Depok City, West Java With Customer Satisfaction as Intervening Variabel

By Herfa Tanur

Abstract

Gojek is a company engaged in services that utilize technology. However, competitors are present by offering similar services, so Gojek needs to maintain customer loyalty. But now there is a problem because many Gojek users also use services from other companies due to the emergence of competitors. Therefore, the question posed by this study is whether e-service quality and brand image affect customer satisfaction and loyalty. This research is included in quantitative research, using data obtained through a questionnaire survey of 100 respondents using a Likert scale, then using Smart PLS 3.0 to process the data. The results obtained indicate that e-service quality has no significant effect on customer satisfaction. Variables of service quality and brand image have a significant effect on customer satisfaction. E-service quality has no significant effect on loyalty through customer satisfaction. Service quality and brand image have a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. And the results of the variable customer satisfaction affect customer loyalty.

Keywords : E-service Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

Pengaruh *E-service Quality*, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Depok, Jawa Barat Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening

Oleh Herfa Tanur

Abstrak

Gojek merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang memanfaatkan teknologi. Namun pesaing hadir dengan menawarkan layanan jasa yang serupa sehingga Gojek perlu mempertahankan loyalitas pelanggannya. Tetapi saat ini terjadi masalah karena banyak pengguna Gojek yang juga menggunakan layanan jasa dari perusahaan lain yang disebabkan oleh munculnya pesaing. Oleh karena itu, pertanyaan yang diajukan oleh penelitian ini adalah apakah *e-service quality* kualitas layanan dan citra merek mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data yang diperoleh melalui survei kuesioner terhadap 100 responden dengan menggunakan skala Likert, kemudian menggunakan Smart PLS 3.0 untuk mengolah datanya. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *E-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Serta hasil variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *E-service Quality*, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan,