

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRABBIKE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UPNVJ)**

Oleh

Nabila Ayu Afifah Tanamal

Abstrak

Penelitian yang dilakukan pada GrabBike ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui apakah loyalitas pelanggan GrabBike dipengaruhi oleh pemasaran digital dan kualitas layanan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPNVJ yang menggunakan fitur GrabBike secara berulang. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan metode *probability sampling, simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan alat bantu *google form* kepada para mahasiswa UPNVJ yang menggunakan fitur GrabBike. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pemasaran digital berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,660. (2) kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,241.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pelanggan.

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND SERVICE
QUALITY ON GRABBIKE CUSTOMERS LOYALTY
(CASE STUDY ON UPNVJ STUDENTS)**

By

Nabila Ayu Afifah Tanamal

Abstract

The research conducted at GrabBike uses quantitative descriptive methods with the aim of finding out whether GrabBike customer loyalty is carried out by digital marketing and service quality. The population in this study were UPNVJ students who used the GrabBike feature repeatedly. Samples taken as many as 100 respondents with the probability sampling method, simple random sampling. Data collection is done through the collection of questionnaires using the Google form tool for UPNVJ students who use the GrabBike feature. Quantitative analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method with Smart PLS 3.0 software. The results of this study prove that (1) digital marketing has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient of 0.660. (2) service quality has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient of 0.241.

Keywords: Digital Marketing, Service Quality, and Customer Loyalty.