

ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Gojek di Bandar Lampung)

Oleh

FAHRANI AMALIA

Bisnis jasa seperti transportasi online merupakan bisnis yang berdasarkan asas kepercayaan. Gojek merupakan bisnis penyedia jasa transportasi online pertama di Indonesia, hingga kini menjadi perusahaan transportasi online terbesar di Indonesia. Transportasi online kian berkembang hingga memunculkan banyak operator jasa transportasi online baru yang meningkatkan persaingan pasar transportasi online. Sepanjang tahun 2022, terdapat banyak permasalahan yang terjadi antara pengemudi transportasi online dengan pelanggannya yang memunculkan kecemasan baru di tengah pelanggan transportasi online. Tingginya persaingan serta kecemasan pelanggan transportasi online dikhawatirkan dapat mengurangi loyalitas pelanggan Gojek. Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting yang dapat membentuk loyalitas pelanggan (Rahayu et al, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden dengan kriteria responden yaitu pelanggan gojek yang berdomisili di Bandar Lampung. Analisis data penelitian dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3. Hasil pengujian *bootstrapping* menunjukkan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi memiliki nilai *p-value* 0,000, dan nilai *p-value* untuk pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas yaitu 0,0009, hasil ini menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Transportasi Online, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas.

ABSTRACT

The Effect of Trust on Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediation Variable (Study on Gojek Customers in Bandar Lampung)

By

FAHRANI AMALIA

Service businesses such as online transportation are businesses based on the principle of trust. Gojek is the first online transportation service provider business in Indonesia. Now it has become the largest online transportation company in Indonesia. Online transportation is growing to the point where many new online transportation service operators increase competition in the online transportation market. Throughout 2022, many problems will occur between online transportation drivers and their customers, creating new anxiety among online transportation customers. It is feared that high competition and online transportation customer anxiety will reduce Gojek's customer loyalty. Customer satisfaction is an important element that can form customer loyalty (Rahayu et al, 2018). This study aims to examine the effect of trust on satisfaction and its effect on customer loyalty. Collecting research data using a questionnaire with a total sample of 150 respondents with the respondent's criteria, namely gojek customers who live in Bandar Lampung. Analysis of research data was carried out using SmartPLS version 3 software. The bootstrapping test results show that the effect of trust on satisfaction, the effect of satisfaction on loyalty, and the effect of trust on loyalty with satisfaction as a mediating variable has a p-value of 0.000, and the p-value for the effect of trust on loyalty is 0.0009, these results indicate that all hypothesis accepted. The results showed that trust had a positive effect on satisfaction and loyalty, satisfaction had a positive effect on loyalty, and trust had a positive effect on loyalty, with satisfaction as a mediating variable.

Keywords: Online Transportation, Trust. Costumer Satisfaction, Loyalty.