

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang ada pada zaman sekarang ini menuntut kita sebagai masyarakat agar cerdas beradaptasi, dengan banyak ide baru bermunculan pada era *digital* ini maka masyarakat telah dimudahkan untuk melakukan aktivitas kesehariannya. Saat ini keberadaan jasa transportasi *online* yang akrab dengan sebutan Uber menjadi pilihan sebagian besar warga Jakarta untuk menikmati fasilitas yang diciptakan berdasarkan teknologi aplikasi melalui *smartphone*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor dari kualitas layanan yang menjadi pembentuk kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Uber transportasi di kota Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data yaitu analisis faktor serta menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan sub teknik sampling yaitu *incidental sampling*. Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengguna jasa Uber transportasi di kota Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor awal yang berdasarkan kualitas layanan dalam menggunakan jasa Uber transportasi di kota Jakarta, antara lain: tampilan fisik, kemampuan, tanggapan, jaminan, dan empati. Hasil penelitian menunjukkan pula bahwa dalam penelitian ini terbentuk satu faktor baru yang dinamakan faktor fleksibilitas yang dapat menyesuaikan dengan konsumen Uber serta faktor paling dominan yang menjadi kepuasan konsumen berdasarkan kualitas layanan dalam menggunakan jasa Uber transportasi yaitu empati.

**Kata kunci:** Uber, kualitas layanan, *sharing company*