

ABSTRAK

Kemajuan teknologi internet yang semakin pesat mendorong semua lini perusahaan menciptakan langkah baru dalam melakukan bisnis. Pengguna aplikasi berbasis internet dalam kegiatan sehari-hari telah merubah sudut pandang dalam lingkungan bisnis. Tidak terkecuali dalam bidang transportasi. Hal tersebut di manfaatkan oleh Go-Jek. Go-Jek menerapkan kemajuan teknologi dalam bidang transportasi dengan produk awalnya yaitu Go-Ride yang merupakan layanan ojek melalui aplikasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* terhadap *preferences customer* menggunakan layanan Go-Ride Go-Jek, dimana *relationship quality* menghasilkan respon dari konsumen pengguna Go-Jek yang diinginkan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran pengaruh *relationship quality* (yang terdiri dari *trust, commitment, communication quality, cultural similarity dan balance interdependence*) terhadap *preferences customer* menggunakan layanan Go-Ride Go-Jek pada customer Go-Jek di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik random sampling, dengan jumlah responden 100 orang yang menggunakan layanan Go-Ride Go-Jek. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, *method of successive intervals* (MSI), uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi, dan analisis determinasi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *relationship quality* (yang terdiri dari *trust, commitment, communication quality, cultural similarity dan balance interdependence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *preferences customer* menggunakan layanan Go-Ride Go-Jek.

Kesimpulan penelitian ini, *relationship quality* (yang terdiri dari *trust, commitment, communication quality, cultural similarity dan balance interdependence*) cukup besar mempengaruhi *preferences customer*.

Kata kunci : Go-Ride, Gojek Relationship Quality, Preferences