

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi dan internet, semua aspek mulai mengarah ke online, salah satunya adalah tumbuhnya layanan *ride hailing* sebuah layanan jasa transportasi online, salah satu platform yang digemari konsumen seperti Go-jek, Grab dan Maxim. Dengan pengguna transportasi online yang semakin meningkat tiap tahunnya, sehingga menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat di antara satu sama lain salah satunya perusahaan Gojek dengan layanan *ride hailing* nya yaitu Go-ride. Hal ini menjadi perhatian bagi Gojek dalam membangun loyalitas pelanggan. Salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga citra merek perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Layanan Jasa Go-ride Gojek.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah purposive sampling dengan 100 responden pengguna Go-ride di Kota Cilegon. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitas layanan sudah termasuk dalam kategori baik sebesar 76,81%, citra merek sudah termasuk dalam kategori baik sebesar 76,91% dan loyalitas pelanggan sudah termasuk dalam kategori baik sebesar 71,63%. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan dengan besaran pengaruhnya sebesar 40,7% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan.