

ABSTRAK

Potensi pasar transportasi online di Indonesia sangat besar dan menjanjikan, dibuktikan dengan market value sebesar \$8 miliar tahun 2022 dan nilai transportasi online yang selalu meningkat setiap tahunnya. Perusahaan inDrive yang bergerak di bidang transportasi online menunjukkan pencapaian yang luar biasa yaitu menjadi aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak ke-2 di dunia tahun 2022. Pertumbuhan pengguna inDrive disebabkan oleh konsep bisnis yang unik dan menjadi keunggulan bersaing yaitu mengusung konsep keadilan yang tinggi serta transparansi penetapan tarif layanan yang dapat ditawarkan dan disetujui antara konsumen dan *driver*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan inDrive demi mempertahankan keberlangsungan inDrive.

Kota Bandung menjadi kota pertama yang menjadi pilihan inDrive untuk melakukan ekspansi pertama di Indonesia setelah beroperasi pertama kali tahun 2019 di Kota Medan, serta menjadi kota pertama di Indonesia dalam peluncuran layanan Modul Safety+ untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan demi mencapai kualitas layanan yang maksimal, sehingga inDrive menganggap Kota Bandung menjadi wilayah yang potensial dan berpeluang dalam memenuhi kebutuhan konsumen di era digital dalam transportasi *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *customer loyalty* pada pengguna inDrive di Kota Bandung. Faktor-faktor yang terindikasi mempengaruhi *customer loyalty* inDrive adalah *e-service quality*, *perceived quality*, *value for money*, *price*, *trust terhadap customer satisfaction*, kemudian terdapat variabel moderator yaitu *trust* dan *app design*.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tujuan deskriptif. Sumber data yang didapatkan pada penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner *online* dengan menggunakan skala *likert* kepada para responden yang pernah menggunakan aplikasi inDrive di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan *structural equation model-partial least square* (SEM- PLS) menggunakan bantuan analisis statistik *PLS Algorithm*, *Bootstrapping* dan IPMA agar membantu merumuskan pembentukan saran manajerial berdasarkan *importance* terhadap *performance* setiap variabel, sehingga membantu prioritas perbaikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan inDrive Kota Bandung dengan menggunakan software statistik SmartPLS v.3.2.9.

Kata kunci : kualitas layanan elektronik, harga, nilai uang, persepsi kualitas, desain aplikasi, kepercayaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, inDrive