

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam konteks layanan Deliveree Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna jasa layanan Deliveree Indonesia. Sampel penelitian terdiri dari 218 responden. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan kepercayaan pelanggan secara positif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, nilai yang dirasakan, dan tingkat kepercayaan pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai yang dirasakan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan pelanggan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap setia menggunakan layanan Deliveree Indonesia. Namun, penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor eksternal yang tidak terkendali oleh Deliveree Indonesia, seperti persaingan yang kuat di pasar, perubahan preferensi konsumen, atau faktor ekonomi, yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan. Secara teoritis, perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan nilai yang dirasakan. Selain itu, aspek kepuasan pelanggan juga harus tetap menjadi fokus dalam penyediaan layanan. Secara praktis, perusahaan perlu mengembangkan program pelatihan karyawan, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, mengelola reputasi dan merek perusahaan dengan baik, mengumpulkan umpan balik pelanggan secara teratur, serta membangun program loyalitas pelanggan yang menarik.

Kata Kunci : Deliveree, Kepercayaan, Kepuasan pelanggan, Kualitas layanan, Nilai yang dirasakan, Loyalitas pelanggan