ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital di dunia saat ini menjadi faktor pemicu munculnya ide-ide yang kreatif dan inovatif dalam menghasilkan karya dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat. Dalam dunia marketing teknologi dapat membuat suatu produk atau jasa lebih dekat dengan konsumen, salah satunya dampak dari teknologi yaitu terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan jasa transportasi menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Salah satu perusahaan jasa transportasi online yang sedang berkembang adalah Gojek. Gojek adalah salah satu perusahaan yang memiliki identitas brand yang kuat di bidang e-commerce transportasi yang berkembang pesat di Indonesia. Pelanggan dapat dikatakan loyal apabila pelanggan tersebut menggunakan produk dan jasa secara berkelanjutan atau lebih dari dua kali. Faktor terjadinya loyalitas yaitu brand image, green consumer value, customer satisfaction dan trust. Oleh karena itu, betapa pentingnya kepuasan pelanggan harus dijaga dan ditingkatkan, sehingga pelanggan tersebut dapat menjadi loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *green consumer value*, *customer satisfaction* dan *trust* terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan aplikasi gojek di kota Bandung, metode penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif, Teknik *Sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 385 orang dengan menggunakan skala likert. Responden penelitian adalah pengguna aplikasi Gojek yang berdomisili di Bandung. Instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pengolahan data menggunakan *software* SPSS versi 25 serta menggunakan regresi berganda untuk analisis data.

Hasil Penelitian pengaruh yang didapatkan dari *Brand Image*, *Green Consumer Value*, *Customer satisfaction* dan *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan yang dilakukan oleh perusahaan Gojek berpengaruh signifikan, hal ini dibuktikan pada Uji F yang menggunakan SPSS ver. 25 dikarenakan nilai signifikan pada uji F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Pada penelitian ini terbukti Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa pengaruh *Brand Image*, *Green Consumer Value*, *Customer satisfaction* dan *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 59% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran dari peneliti untuk perusahaan Gojek adalah berdasarkan data yang diperoleh dari tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan terdapat nilai sebesar 74,99% termasuk nilai *presentase* terendah dari variabel lainnya. Maka diharapkan Gojek untuk mempertahankan citra baik perusahaan di mata pelanggan dan meningkatkan pelayanan pada aplikasi agar terciptanya kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kelayakitan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Gojek.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Green Consumer Value*, *Customer Satisfaction*, *Trust*, Loyalitas Pelanggan