

ABSTRAK

Ditengah pesatnya perkembangan transportasi salah satu layanan mobilitas dengan perkembangan yang pesat di Indonesia adalah *ride hailing*. Di Indonesia pengguna *Ride Hailing* menjadi semakin banyak dan diramalkan akan terus meningkat, hal ini menunjukkan bahwa transportasi *online* digemari dan digunakan oleh banyak orang sebagai alternatif transportasi. Beberapa perusahaan yang menawarkan jasa mereka dalam transportasi *online* di Indonesia termasuk Gojek, Grab, Maxim dan InDriver.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *price fairness* dan *perceived service quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna layanan GrabCar. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan kausal. Populasi pada penelitian sebanyak 150 orang. Sampel penelitian dikumpulkan melalui kuesioner *Google Forms*. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan diolah menggunakan aplikasi SPSS Statistics 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price fairness* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Perceived service quality* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Price fairness* dan *perceived service quality* secara simultan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian saran yang dapat diberikan kepada pihak Grab adalah pihak Grab diharapkan untuk dapat memperbaiki dimensi – dimensi indikator yang masih dianggap kurang terutama pada penetapan harga yang wajar dan kenyamanan kendaraan bagi pengguna. Dengan saran – saran yang telah disebutkan Grab diharapkan dapat menerapkan peningkatan pada *price fairness* dan *perceived service quality* dengan tujuan meningkatkan *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Price Fairness, Perceived Service Quality, Customer Satisfaction, Grab*