

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel harga dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan kembali (*reuse intention*) layanan Gojek, dengan citra merek (*brand image*) sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sampel, yang terdiri dari 262 responden pengguna layanan GoRide atau GoCar di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup, dan analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali. Selain itu, harga dan kualitas layanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Citra merek berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara harga maupun kualitas layanan terhadap minat menggunakan kembali layanan GoRide dan GoCar.

Kata Kunci: *Gojek, harga, kualitas layanan, brand image, reuse intention*