

Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

(Survei pada pengguna GO-RIDE dalam aplikasi GO-JEK di Yogyakarta)

Muhammad Eka Ari Kusuma

NIM: 141130004

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(muhammadekaarikusuma@gmail.com\)](mailto:muhammadekaarikusuma@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna GO-RIDE dalam aplikasi GO-JEK di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada pengguna GO-RIDE di Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari citra merek, kepuasan pelanggan dan kepercayaan, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*, di mana responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan analisis tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,200 + 0.290X_1 + 0.217X_2 + 0,432X_3 + e$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek, kepuasan pelanggan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna GO-RIDE pada aplikasi GO-JEK di Yogyakarta. (2) Citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna GO-RIDE pada aplikasi GO-JEK di Yogyakarta. (3) Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna GO-RIDE pada aplikasi GO-JEK di Yogyakarta. (4) Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna GO-RIDE pada aplikasi GO-JEK di Yogyakarta. *Adjusted R square* menunjukkan sebesar 80,6% bahwa variabel citra merek (X1), kepuasan pelanggan (X2) dan kepercayaan (X3) mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan (Y), dan sisanya 19,4% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: citra merek, kepuasan pelanggan, kepercayaan, loyalitas pelanggan, GO-RIDE.