

RINGKASAN

ARIEF MAHARDIWAN. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Taksi Berbasis Online “Uber” Di Jakarta. Di bimbing oleh ARIF IMAM SUROSO dan ARIEF RAMADHAN.

Masyarakat dewasa ini sering mendengar mengenai munculnya pelaku dalam dunia bisnis yang mengganggu keberadaan pelaku lama. Pada dasarnya, pesaing baru tersebut memiliki keunggulan yang unik jika dibandingkan dengan pelaku *incumbent*. Banyak contoh yang ada, misalkan yang sampai saat ini masih menjadi pro-kontra, yaitu fenomena *taksi berbasis online khususnya “Uber”* yang menggantikan taksi konvensional. Perkembangan layanan transportasi umum di Indonesia saat ini semakin beragam dan sangat memanfaatkan kecanggihan teknologi. Salah satu transportasi umum yang memiliki banyak pengguna adalah *taxi ride sharing*. Permasalahan yang menjadi penghambat eksistensi perusahaan adalah niat beli, dapat dikarenakan adanya daya tawar konsumen yang tinggi sehingga membuat konsumen mudah beralih dari satu merek ke merek lain apabila perusahaan tidak mampu menyesuaikan harapan dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model struktural variabel laten *kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi loyalitas konsumen* dan menganalisis perbedaan signifikan setiap variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap pengguna taksi berbasis online *uber* di Jakarta. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kausal (*causal research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk menunjukkan atau menguji bahwa satu variabel menjadi penyebab atau menentukan variabel lain. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *offline* kepada 110 pengguna aktif taksi berbasis online dalam kurun waktu dua bulan dan bertempat tinggal di Jakarta.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *SEM-PLS* dan *customer loyalty index (CLI)*. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas layanan taksi berbasis online *uber* dikelola dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan terhadap penggunaan taksi online *uber* di Jakarta, kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan *uber* Indonesia mempunyai loyalitas yang tinggi di masyarakat. Oleh karena itu, pihak manajemen melakukan inovasi secara terus menerus agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya.

Kata kunci: CLI, loyalitas konsumen, SEM-PLS, taksi Uber.