

ABSTRAK

Alfan Irsyad Musadad (1219240015): Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi *Online* Grab di Kota Bandung

Perkembangan teknologi telah mendorong transformasi besar pada industri transportasi, termasuk layanan berbasis aplikasi seperti Grab. Namun, indeks merek Grab berdasarkan survei Top Brand menunjukkan penurunan signifikan selama lima tahun terakhir, mengindikasikan berkurangnya kepuasan pelanggan. Penurunan ini diduga dipengaruhi kualitas pelayanan yang belum memenuhi harapan dan promosi yang kurang konsisten. Ditemukan adanya gap antara ekspektasi dan realitas layanan, sehingga diperlukan perbaikan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan dari Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi *Online* Grab di Kota Bandung. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2011) mengenai kualitas pelayanan, (Kasmir, 2004) mengenai promosi, dan (Kotler & Keller, 2021) mengenai kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji instrument data (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji statistik t dan uji statistik f), dan analisis koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Grab. Selain itu, Promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Grab. Dan juga Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Grab. Berdasarkan persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 66,7% dan sisanya 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, tingkatan pengaruh antara variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat pengaruh yang kuat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan