

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak signifikan pada industri transportasi, terutama melalui kehadiran aplikasi ojek online (ojek online) di Indonesia. Aplikasi ojek online seperti Gojek, Grab, dan Maxim mendominasi pasar dengan menawarkan layanan yang serupa, namun masing-masing memiliki pendekatan kualitas layanan yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei daring terhadap 768 responden pengguna aplikasi ojek online di Indonesia. Hasil data kemudian dianalisis menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan luring memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam menciptakan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi pengguna. Kepuasan pelanggan juga terbukti menjadi mediasi hubungan antara kualitas layanan dan kesetiaan pelanggan. Sementara itu, kualitas layanan daring tidak berpengaruh langsung terhadap kesetiaan pelanggan sedangkan kualitas layanan luring menunjukkan hasil berbeda pada tiap aplikasi.

Penyedia layanan aplikasi ojek online dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pertimbangan dalam peningkatan aspek kualitas layanan luring karena memiliki pengaruh yang lebih besar dalam meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Selain itu, penyedia layanan juga harus memprioritaskan pengalaman pengguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengembangan fitur layanan daring yang lebih interaktif, andal, dan mudah digunakan. Strategi yang fokus pada meningkatkan kepuasan pelanggan akan berdampak signifikan dalam mempertahankan kesetiaan pengguna aplikasi.

Kata kunci: Kualitas layanan daring, kualitas layanan luring, kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan, aplikasi ride-hailing, ojek online

ABSTRACT

The development of technology has had a significant impact on the transportation industry, particularly through the emergence of ride-hailing applications in Indonesia. Ride-hailing apps like Gojek, Grab, and Maxim dominate the market by offering similar services, although each applications has a different approach to service quality.

This study adopts a quantitative approach, utilizing an online survey of 768 respondents who are users of ride-hailing online applications in Indonesia. The collected data was analyzed using the PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling) method. The results indicate that offline service quality has the most substantial impact on customer satisfaction, particularly in creating experiences that align with user expectations. Furthermore, customer satisfaction is proven to mediate the relationship between service quality and customer loyalty. On the other hand, online service quality does not have a direct influence on customer loyalty, whereas offline service quality exhibits varying effects across different applications.

Ride-hailing service providers can use the findings of this study as a reference for improving aspects of offline service quality, as it has a more significant effect on enhancing customer satisfaction and loyalty. Additionally, service providers should prioritize user experience by developing online service features that are more interactive, reliable, and user-friendly. Strategies focused on boosting customer satisfaction will have a significant impact on maintaining user loyalty.

Keywords: *online service quality, offline service quality, customer satisfaction, customer loyalty, ride-hailing applications, ride-hailing services.*