

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas, inersia, dan kepuasan pelanggan terhadap niat penggunaan ulang layanan GoClean. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan data yang diperoleh melalui kuesioner dari 106 responden. Pengujian validitas menggunakan validitas isi sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach Alpha*. Pengujian pengaruh antar variabel dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Metode pengambilan data menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan layanan GoClean.

Semakin baik performa kualitas yang diberikan oleh penyedia jasa tentu diharapkan akan membuat pelanggan inersia dan puas sehingga melakukan pemesanan ulang layanan GoClean di kemudian hari. Dari hasil penelitian ini ternyata memperlihatkan bahwa inersia tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas dan hanya kualitas hasil yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas interaksi dan kualitas lingkungan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif terhadap inersia. Variabel inersia dan kepuasan pelanggan juga menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang layanan GoClean.

Kata kunci: *Service Quality*, Inersia, Kepuasan Pelanggan, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of quality, Inersia, and customer satisfaction on the repurchase intention of GoClean services. The hypothesis in this study was tested quantitatively using data obtained through a questionnaire from 106 respondents. Validity testing uses content validity while reliability testing is done with Cronbach Alpha. Testing the influence between variables in this study uses multiple regression analysis. The data collection method uses non-probability sampling method and purposive sampling technique. Criteria for respondents in this study were people who had used GoClean services.

The better the quality performance provided by service providers is certainly expected to make customers Inersia and satisfied so that they reorder their GoClean services in the future. From the results of this study turned out to show that Inersia is not influenced by quality variables and only the quality of results that affect customer satisfaction. The quality of interaction and environmental quality does not indicate any influence on customer satisfaction. Furthermore, the customer satisfaction variable shows a positive influence on Inersia. Inersia and customer satisfaction variables also show a positive influence on the repurchase intention of GoClean services.

Keywords: *Service Quality, Inersia, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*