

ABSTRAK

Belakangan ini, Indonesia telah dimasuki beberapa bisnis online transportasi baru yang berbasis aplikasi pada mobile smartphone seperti Go-jek, Grab, Maxim, Jegertaksi, Bluejek dan lain sebagainya. Di masa pandemic Covid-19 membuat melonjaknya pengguna jasa layanan pesan antar yang digunakan di Indonesia. Salah satu perusahaan yang bergerak di industri jasa transportasi online adalah PT Grab Indonesia. Grab sendiri telah hadir di Indonesia sejak Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi. Kemudian, pada Mei 2015, Grab membuka layanan ojek bernama GrabBike. Layanan GrabBike tidak hanya untuk mengangkut penumpang dan barang, tetapi juga untuk pesan antar makanan. Grab Indonesia telah resmi beroperasi di kota-kota besar di Indonesia seperti JaBoDeTaBek, Bali, Surabaya, Makassar, Medan, Semarang dan kota-kota besar lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *e-service quality*, *food quality*, *perceived value* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan persamaan permodelan structural equation modeling (SEM), Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi Partial Least Square (PLS).

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *e-service quality* dan *customer loyalty*, terdapat hubungan *food quality* dan *customer loyalty*. terdapat hubungan *e-service quality* dan *food quality*, terdapat hubungan antara *e-service quality* dan *customer loyalty* yang dimediasi oleh *perceived value*, terdapat hubungan antara *food quality* dan *customer loyalty* yang dimediasi oleh *perceived value*, tidak terdapat hubungan antara *e-service quality* dan *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*, tidak terdapat hubungan *food quality* dan *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*.

Kata kunci: E-Service Quality, Food Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.