

ABSTRAK

Dimitrius Hikaru

(00000000723)

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, *PROMOTION*, *EASE OF USE* DAN *SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA GRAB BIKE DI JABODETABEK

Penelitian kali ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana *brand image*, *price*, *promotion*, *ease of use*, dan *satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *customer quality* pada sebuah perusahaan transportasi motor berbasis *online* Grab Bike. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dan metode yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah metode penyebaran menggunakan media elektronik dalam Google Form. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang dirsa sudah cukup dewasa yaitu berumur sekitar 18 sampai dengan 55 tahun yang berdomisili di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Jumlah responden yang menjawab questioner sebanyak 266. Subjek dari penelitian ini adalah individu yang sekiranya sudah pernah menggunakan layan transportasi motor berbasis *online* Grab Bike. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 indikator. Dalam menguji validitas dan reliabilitas, *software* yang digunakan adalah SPSS dan AMOS versi 24. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa benar adanya pengaruh positif antara *Brand Image*, *Price*, *Promotion*, *Ease of Use*, dan *Satisfaction* terhadap layanan transportasi motor berbasis *online* Grab Bike.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Price*, *Promotion*, *Ease of Use*, *Satisfaction*, *Customer Loyalty*.