

Pengaruh service quality terhadap kepercayaan konsumen pada transportasi berbasis online grabbike di DKI Jakarta = The influence of service quality on consumer trust of online transportation grabbike in DKI Jakarta

Isna Nur Imami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465939&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh service quality terhadap kepercayaan konsumen pada transportasi berbasis online GrabBike. Penelitian ini dilakukan dengan pola eksplanatif untuk menggambarkan dan mendapatkan pemahaman mengenai permasalahan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan instrumen kuesioner dengan sampel 110 responden. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service quality mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar peningkatan service quality yang telah diberikan oleh GrabBike harus ditingkatkan dengan mengembangkan dan memperkuat reliability, responsiveness, customization, credibility, competence, access, courtesy, security, communication, tangible, dan understanding/ knowing the customers sebagai dimensi kualitas pelayanan untuk semakin meningkatkan kepercayaan konsumen.

ABSTRACT
This study attempted to explain the influence of service quality on consumer trust of the application based transportation GrabBike . Researcher will use explanative research to describe and understanding about research problem . This study used quantitative approach using survey method of data collection by delivering questionnaires to 110 respondents. The result presented that service quality affected consumer trust significantly. Thereby, service quality must be increased by establishing and strengthening reliability, responsiveness, customization, credibility, competence, access, courtesy, security, communication, tangible, dan understanding knowing the customers as service quality dimensions, thus consumer trust will be considerably enhanced.