

ABSTRAK

Berkembangnya layanan transportasi *online* membuat persaingan di sektor ini menjadi semakin ketat dan tidak dapat dihindari. Hal ini mendorong perusahaan transportasi *online* di Indonesia memaksimalkan pelayanan mereka untuk terus bersaing guna mendominasi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak penanganan keluhan pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan, dengan mempertimbangkan peran kepercayaan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, teori *Service Dominant Logic* (SDL) yang dikembangkan oleh Vargo dan Lusch dijadikan sebagai kerangka pedoman.

Metode penelitian yang diterapkan adalah survei *online* terhadap pengguna layanan Gojek di Indonesia, yang menghasilkan data dari 240 responden yang kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dan dijalankan melalui perangkat lunak Analysis of Moment Structure (AMOS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Complaint Handling*, *Brand Image*, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang hubungan kompleks antar variabel dan memberikan referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dalam penanganan keluhan serta membangun citra merek yang kuat guna menumbuhkan kepercayaan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *complaint handling*, *brand image*, kepercayaan, *customer loyalty*, transportasi *online*.