

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pengaruh kualitas layanan dan penciptaan nilai bersama oleh pelanggan terhadap kepuasan dan niat pembelian kembali oleh pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan penumpang layanan in-Drive yang berdomisili di antara Jakarta, Medan, Makassar, dan Bandung. Data didapatkan melalui penyebaran kuesioner melalui formulir microsoft form secara daring. Untuk menganalisis data tersebut, penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) versi keempat berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan mempengaruhi secara signifikan penciptaan nilai bersama oleh pelanggan, kemudian penciptaan nilai bersama pelanggan mempengaruhi kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen juga mempengaruhi secara signifikan niat pembelian kembali. Selain itu, penciptaan nilai bersama pelanggan juga menjadi mediator penting antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Begitu pula kepuasan konsumen yang menjadi mediator antara penciptaan nilai bersama pelanggan dan niat pembelian kembali pada layanan in-Drive. Ini menjelaskan bahwa untuk menimbulkan niat pembelian kembali pada konsumen diperlukan adanya kepuasan pelanggan yang menjadi perantara.

Kata kunci : kualitas layanan, penciptaan nilai bersama pelanggan, kepuasan konsumen, niat pembelian kembali.