

## ABSTRAK

GO-JEK merupakan salah satu Perusahaan di sektor jasa yang melayani konsumen melalui aplikasi online di Indonesia, konsumen sudah tau membandingkan jasa yang satu dengan jasa yang lainnya yang dapat melayani sesuai dengan kebutuhan. Ketidakpuasan akan layanan akan membuat para pelanggan berpaling. Dengan demikian GO-JEK harus mampu mengimpelentasikan strategi yang membuat konsumen tetap memilih GO-JEK dalam memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna layanan GO-JEK di Semarang.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 134 responden yang dikumpulkan melalui kuesioner terhadap konsumen yang pernah menggunakan jasa GO-JEK di wilayah Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Pelayanan, Citra merek, dan Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Jasa, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.