

ABSTRAK

Kemacetan yang sudah menjad hal yang lumrah ditemui di kota padat penduduk menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah untuk menemukan cara untuk mengatasinya. Pengusaha lokal melihat kesempatan untuk mengatasi masalah ini dengan menciptakan alternatif transportasi. Transportasi konvensional perorangan dikemas menjadi suatu *brand* yaitu GoRide di bawah manajemen Gojek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek berbasis pelanggan terhadap loyalitas merek GoRide melalui kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner terhadap pengguna GoRide yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan sudah pernah menggunakan jasa GoRide lebih dari satu kali. Data yang diperoleh dari 187 responden berdasarkan teknik *purposive sampling* dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kualitas Fisik tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, 2. Perilaku Pegawai terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 3. Kesesuaian diri yang ideal tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, 4. Identifikasi Merek terbukti berpengaruh positif signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, 5. Kesesuaian gaya hidup berpengaruh terbukti positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 6. Kepuasan Pelanggan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Merek.

Kata Kunci: *Brand Equity, Customer-Based Brand Equity, Customer Satisfaction, Brand Loyalty, Physical Quality, Staff Behaviour, Ideal Self-Congruence, Brand Identification, Lifestyle-Congruence.*