

## **ABSTRACT**

Persaingan yang ketat antara transportasi *online* membuat Grab harus meningkatkan strategi pemasarannya sehingga konsumen semakin merasa puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan jasa transportasi *online* (Grab) di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik tidak ditemukan variabel yang menyimpang. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Surabaya, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Surabaya dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Surabaya.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, citra merek, promosi, kepuasan pelanggan.

## **ABSTRAK**

As there is a strong competition among online transportation, Grab is determined to improve their marketing strategies in order to satisfy the customers. Therefore, this research aimed to find out the effect of service quality, brand image, and promotion on customers' satisfaction of online transportation. While the population was customers who used the online transportation service of Grab in Surabaya.

The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used accidental sampling. Furthermore, the instrument in data collection technique used questionnaires which were distributed to customers. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 23.

According to the result of the classical assumption test, there were no deviate variables. In addition, the testing result concluded that service quality had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Grab in Surabaya. Likewise, brand image had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Grab in Surabaya. Similarly, promotion had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Grab in Surabaya.

**Keywords:** Service Quality, Brand Image, Promotion, Customers' Satisfaction

