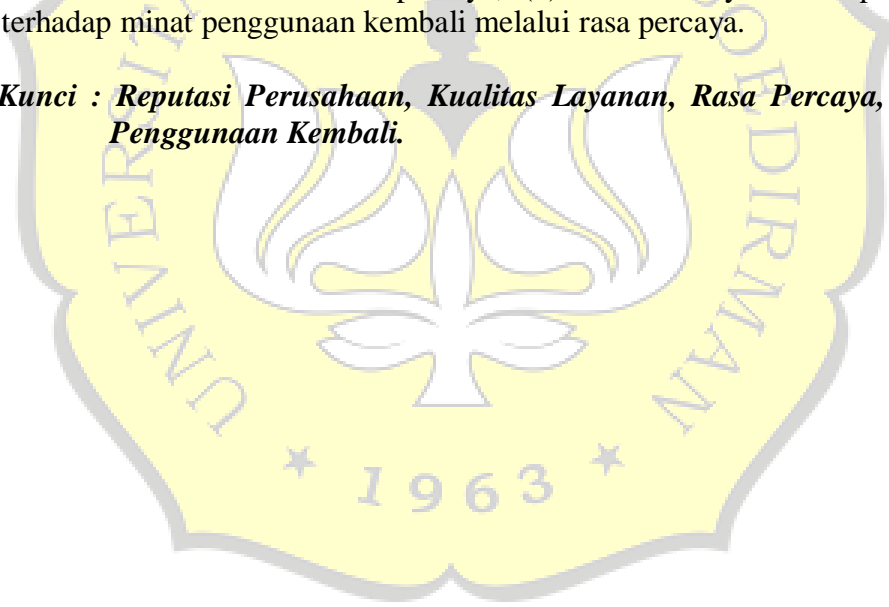


RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan dan kualitas layanan terhadap minat penggunaan kembali melalui rasa percaya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Gojek di Kabupaten Bekasi. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 135 responden dan dipilih menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna Gojek di Kabupaten Bekasi dengan kriteria yang sudah ditentukan. Metode penelitian dilakukan melalui *Outer Model* dan *Inner Model* pada *Structural Equational Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap rasa percaya, (2) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap rasa percaya, (3) Reputasi perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali, (4) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali, (5) Rasa percaya berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali, (6) Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali melalui rasa percaya, (7) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali melalui rasa percaya.

Kata Kunci : Reputasi Perusahaan, Kualitas Layanan, Rasa Percaya, Minat Penggunaan Kembali.



SUMMARY

The purpose of this study is to determine the effect of company reputation and service quality on the intention to reuse through trust. The research method used in this study is quantitative. The population in this study are Gojek users in Bekasi Regency. The number of samples in this study were 135 respondents and were selected using the nonprobability sampling method with purposive sampling technique. The data used are primary data types obtained by distributing questionnaires to Gojek users in Bekasi Regency with predetermined criteria. The research method was carried out through the Outer Model and Inner Model in Structural Equational Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The results of this study indicate that (1) Company reputation has a positive effect on trust, (2) Service quality has a positive effect on trust, (3) Company reputation has no positive effect on reuse intention, (4) Service quality has a positive effect on reuse intention, (5) Trust has a positive effect on reuse intention, (6) Company reputation has a positive effect on reuse intention through trust, (7) Service quality has a positive effect on reuse intention through trust.

Keywords : Company Reputation, Service Quality, Trust, Reuse Intention.

