

ABSTRAK

Perkembangan bisnis dalam bidang jasa terus mengalami kemajuan dan peningkatan yang signifikan. Bisnis dalam bidang jasa merupakan suatu aktifitas dalam memberikan pelayanan dan pengalaman langsung kepada konsumen. Salah satu bisnis jasa yang saat ini sangat berkembang di Indonesia adalah bisnis dalam bidang transportasi dan logistik. Tingkat kebutuhan konsumen yang tinggi terhadap layanan jasa transportasi dan logistik membuat perusahaan jasa di Indonesia terus bersaing untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan menciptakan inovasi pada layanan yang diberikan. Selain dengan meningkatkan kualitas layanan, strategi perluasan produk juga dapat menjadi suatu inovasi dalam meningkatkan ketertarikan konsumen untuk mencoba layanan baru yang ditawarkan. Perluasan produk tersebut harus disesuaikan dengan produk induk agar tidak terciptanya efek dilusi.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan diisi oleh responden yang telah memenuhi kriteria yang ditentukan, yaitu pernah menggunakan layanan Grab dan berdomisili di Jawa Tengah. Sebanyak 227 data responden diolah dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) melalui program AMOS (*Analysis Moment of Structural*).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *brand satisfaction* dan *extended product fit* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek yang dimediasi oleh keterikatan merek. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan dengan menggunakan penelitian ini adalah perusahaan dapat meningkatkan kualitas pada setiap layanan yang diberikan dan mendengar saran yang diberikan oleh konsumen.

Kata Kunci: *Brand Satisfaction, Extended Product Fit, Brand Attachment, Brand Loyalty.*

FEB UNDIP