Analisis Pengaruh Modul Loyalty Program GoClub Terhadap Loyalitas Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek = Analysis Of The Influence Of GoClub Loyalty Program Module towards User's Loyalty In Using Gojek Application

Fahira Anya Katili, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920520903&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini, perkembangan industri ride-hailing menjadi sorotan dalam sektor mcommerce. Dengan industri ride-hailing yang semakin kompetitif, penyedia layanan mulai berinovasi untuk mempertahankan pelanggan yang ada, salah satunya dengan mengadakan program loyalitas (loyalty program). Namun, tidak semua loyalty program membuahkan hasil yang sesuai harapan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah loyalty program yang diadakan oleh Gojek, yaitu GoClub, berpengaruh pada loyalitas pengguna Gojek. Untuk meneliti hal tersebut, penulis menggunakan teori dari DeLone and McLean IS Success Model dan Theory of Planned Behavior. Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini memanfaatkan data yang diperoleh melalui kuesioner daring dengan total 555 responden. Kemudian, data diolah menggunakan metode partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa information quality, service quality, system quality, dan perceived value memengaruhi satisfaction of using GoClub loyalty program secara signifikan. Ditemukan juga bahwa attitude, subjective norm, perceived behavioral control, dan perceived value berpengaruh pada customer loyalty to Gojek application. Berikutnya, tidak ditemukan adanya pengaruh antara satisfaction of using GoClub loyalty program terhadap customer loyalty to Gojek application. Penolakan hipotesis tersebut telah tervalidasi melalui wawancara terhadap 20 pengguna aktif loyalty program GoClub, dan ditemukan bahwa ketika bertransaksi, faktor lain seperti harga lebih diprioritaskan dibandingkan dengan jumlah poin (XP) yang akan diperoleh pada loyalty program. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi celah penelitian mengenai loyalty program GoClub dan pengaruhnya terhadap loyalitas pengguna. Selain itu, temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi pihak perusahaan Gojek untuk meningkatkan loyalitas penggunanya dengan memanfaatkan loyalty program GoClub sebagai pendorong utama.

.....Dewasa ini, perkembangan industri ride-hailing menjadi sorotan dalam sektor mcommerce. Dengan industri ride-hailing yang semakin kompetitif, penyedia layanan mulai berinovasi untuk mempertahankan pelanggan yang ada, salah satunya dengan mengadakan program loyalitas (loyalty program). Namun, tidak semua loyalty program membuahkan hasil yang sesuai harapan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah loyalty program yang diadakan oleh Gojek, yaitu GoClub, berpengaruh pada loyalitas pengguna Gojek. Untuk meneliti hal tersebut, penulis menggunakan teori dari DeLone and McLean IS Success Model dan Theory of Planned Behavior. Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini memanfaatkan data yang diperoleh melalui kuesioner daring dengan total 555 responden. Kemudian, data diolah menggunakan metode partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa information quality, service quality, system quality, dan perceived value memengaruhi satisfaction of using GoClub loyalty program secara signifikan. Ditemukan juga bahwa attitude, subjective norm, perceived behavioral control, dan perceived

value berpengaruh pada customer loyalty to Gojek application. Berikutnya, tidak ditemukan adanya pengaruh antara satisfaction of using GoClub loyalty program terhadap customer loyalty to Gojek application. Penolakan hipotesis tersebut telah tervalidasi melalui wawancara terhadap 20 pengguna aktif loyalty program GoClub, dan ditemukan bahwa ketika bertransaksi, faktor lain seperti harga lebih diprioritaskan dibandingkan dengan jumlah poin (XP) yang akan diperoleh pada loyalty program. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi celah penelitian mengenai loyalty program GoClub dan pengaruhnya terhadap loyalitas pengguna. Selain itu, temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi pihak perusahaan Gojek untuk meningkatkan loyalitas penggunanya dengan memanfaatkan loyalty program GoClub sebagai pendorong utama.