

ABSTRAK

Aplikasi GOJEK telah berkembang menjadi salah satu aplikasi paling populer di Indonesia. GOJEK telah memperluas jangkauan layanannya, melampaui sekadar jasa angkutan. GOJEK kini tersedia di 167 kota dan kabupaten di Indonesia, dan bahkan telah berekspansi ke Singapura, Vietnam, dan Thailand. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana diversifikasi layanan dan diskon GOJEK mempengaruhi daya tariknya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif, yang menggambarkan variabel sesuai dengan fakta yang ada dan menyajikan pendapat dalam bentuk persentase. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei. Data kuantitatif yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan metode korelasi untuk menguraikan hubungan antara daya tarik GOJEK dengan variabel diversifikasi layanan dan diskon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik diskon maupun diversifikasi layanan GOJEK memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Pearson's r diskon 0,60 dan Pearson's r diversifikasi GOJEK 0,70. Keduanya mempunyai p -value $<0,001$). Diskon mempunyai tingkat pengaruh yang moderat ($r^2 = 0,36$) terhadap daya tarik GOJEK, dan diversifikasi mempunyai tingkat pengaruh yang moderat terhadap daya tarik GOJEK ($r^2 = 0,47$), dengan keseluruhan dari kedua variabel tersebut menghasilkan *adjusted* r^2 sebesar 0,534 (53,4%). Hasil penelitian ini juga membahas implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh manajemen GOJEK.

Kata Kunci: Daya tarik, diskon, diversifikasi layanan, GOJEK.

ABSTRACT

The GOJEK application has developed into one of the most popular applications in Indonesia. GOJEK has expanded its range of services, beyond just transportation services. GOJEK is now available in 167 cities and regencies in Indonesia, and has even expanded to Singapore, Vietnam and Thailand. This research aims to find out how GOJEK's service diversification and discounts affect its attractiveness. This research uses an explanatory quantitative method, which describes variables according to existing facts and presents opinions in the form of percentages. The data collection technique used was a survey. The quantitative data obtained was analyzed descriptively using the correlation method to describe the relationship between GOJEK's attractiveness and service diversification and discount variables. The research results show that both discounts and diversification of GOJEK services have a positive and significant influence (Pearson's r discount 0.60 and Pearson's r diversification GOJEK 0.70. Both have a p -value <0.001). Discounts have a moderate level of influence ($r^2 = 0.36$) on the attractiveness of GOJEK, and diversification has a moderate level of influence on the attractiveness of GOJEK ($r^2 = 0.47$), with the total of these two variables producing an adjusted r^2 of 0.534 (53, 4%). The results of this research also discuss practical implications that can be implemented by GOJEK management

Keywords: Attractiveness, discount, diversification, GOJEK.