

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi yang didukung oleh kehadiran internet membuat masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi terkait barang atau jasa. Hal tersebut mengakibatkan adanya perubahan pada pola hidup masyarakat Indonesia yang mulai berganti dari tradisional ke *digital*. Pelaku bisnis juga membutuhkan media untuk berhubungan dengan pelanggan.

Dari perkembangan teknologi serta didukung oleh gaya hidup masyarakat sehingga dapat mempengaruhi kecepatan dalam penyebaran suatu informasi melalui media sosial dan dimanfaatkan sebagai media baru dalam memasarkan suatu produk atau disebut pemasaran *digital (digital marketing)*. *Digital marketing* dapat digunakan sebagai sarana untuk menginformasikan atau memberikan edukasi kepada konsumen terhadap suatu produk atau merek sehingga konsumen menjadi lebih loyal terhadap merek atau produk.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Digital Marketing Mobile Application* terhadap Loyalitas Pelanggan pada layanan yang dimiliki oleh Gojek. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Variabel-variabel yang dianalisis adalah *interactive, incentive programs, site design* dan *transaction/cost* sebagai variabel independen, dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner secara online melalui *googleform* dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dan metode pengumpulan data dengan kuesioner (Skala Likert) dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang dilakukan melalui model analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* yang diolah dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *interactive, incentive programs, site design* dan *transaction/cost* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Internet, Digital Marketing, Loyalitas Pelanggan, Aplikasi.