

ABSTRAK

Di era saat ini berliburan ke berbagai macam daerah telah banyak dilakukan oleh orang-orang yang menjadikan hal tersebut sebagai salah satu bagian dari hidup mereka. Ditambah dengan banyaknya kebijakan yang dibuat pemerintah dalam meningkatkan perindustrian di sektor pariwisata. Pada era digital ini banyak sekali membawa perubahan gaya hidup orang terutama dalam memenuhi kebutuhan mereka. Yang mana mereka menginginkan kemudahan dalam mendapatkan sesuatu hanya dengan menggunakan hp. Oleh sebab itu muncullah berbagai macam aplikasi yang memudahkan para *traveler* untuk perjalanan mereka, salah satunya adalah aplikasi *booking* hotel secara *online*. Salah satu aplikasi *booking* hotel *online* yang ada adalah RedDoorz yang hadir menawarkan berbagai macam layanan yang mereka butuhkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *Utilitarian Value* terhadap *Mobile App Loyalty* melalui *Mobile App Engagement* pada pengguna aplikasi RedDoorz di Indonesia. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner serta menggunakan analisis data secara kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 277 responden dan dianalisis dengan menggunakan aplikasi Smart-PLS versi 3. Berdasarkan hasil pengolahan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *utilitarian value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *mobile app engagement*. Pada variabel *mobile app engagement* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *mobile app loyalty*. Dan pada variabel *utilitarian value* berpengaruh positif terhadap *mobile app loyalty* melalui *mobile app engagement*.

Kata kunci: *Mobile App, Booking Online, Hotel, RedDoorz*