

**PENGARUH *CASHBACK* TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA *GOJEK* DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Disusun Oleh :
REZI SAPUTRA

21612010012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

2025

**PENGARUH *CASHBACK* TERHADAP LOYALITAS
PENGUNA *GOJEK* DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Disusun Oleh :
REZI SAPUTRA

21612010012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CASHBACK* TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA *GOJEK* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan.

NAMA : REZI SAPUTRA

NIM : 21612010012

Skripsi ini telah disetujui dan di sahkan pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 19 Juli 2025

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan



Rabin Ibnu Zainal S.E., M.Sc., Ph.D
NUPTK. 4247755656130133

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi digital telah memicu perubahan signifikan dalam lanskap industri transportasi daring, di mana strategi promosi menjadi elemen kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengkaji pengaruh *cashback* terhadap loyalitas pengguna Gojek di kalangan mahasiswa Universitas Sumatera Selatan. Sebanyak 91 responden dipilih menggunakan teknik *purposive* sampling dan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif melalui regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi *cashback* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,429. Hal ini mengindikasikan bahwa 42,9% variasi loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh variabel *cashback*. Secara teoritis, temuan ini memperkuat kerangka Teori Utilitas, di mana insentif finansial seperti *cashback* meningkatkan persepsi nilai dan mendorong keterikatan terhadap layanan. Secara praktis, implikasi hasil ini menegaskan pentingnya penerapan promosi yang konsisten, transparan, dan relevan dengan kebutuhan segmen pengguna digital muda. Penelitian ini merekomendasikan evaluasi lanjutan terhadap variabel-variabel eksternal lain yang berpotensi memediasi hubungan antara promosi dan loyalitas pengguna dalam ekosistem layanan digital.

Kata kunci: *cashback*, loyalitas pengguna, *Gojek*, promosi digital, regresi linier

ABSTRACT

The growth of the digital economy has triggered significant changes in the landscape of online transportation services, where promotional strategies play a crucial role in maintaining customer loyalty. This study examines the effect of cashback promotions on user loyalty among Gojek users, specifically university students at Universitas Sumatera Selatan. A total of 91 respondents were selected using purposive sampling and analyzed using a quantitative approach through simple linear regression with the aid of SPSS version 27. The results show that cashback has a positive and significant effect on user loyalty, with a significance value of < 0.001 and a coefficient of determination (R^2) of 0.429. This indicates that 42.9% of the variation in user loyalty can be explained by the cashback promotion variable. Theoretically, these findings support the Utility Theory framework, where financial incentives such as cashback enhance perceived value and foster attachment to the service. Practically, the results highlight the importance of implementing consistent, transparent, and user-relevant promotional strategies for the digital-native segment. This study recommends further evaluation of additional external variables that may mediate the relationship between promotions and user loyalty within the digital service ecosystem.

Keywords: *cashback, user loyalty, Gojek, digital promotion, linear regression*