



## INTISARI

Pertumbuhan industri *fintech* di Indonesia sangat cepat terutama di area urban, hal ini didukung dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet yang sangat cepat. Bertambahnya pelaku bisnis menciptakan suatu industri dengan nilai persaingan yang ketat. OVO sebagai salah satu pemain *fintech* di Indonesia harus menemukan cara untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi keberagaman jenis merchant, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi penawaran khusus yang diberikan dan kepercayaan pada loyalitas.

Penelitian ini menggunakan survei dengan teknik penyampelan nonprobabilitas dengan pendekatan *purposive sampling*. Responden berjumlah 180 orang dengan kriteria responden adalah aktif sebagai pengguna OVO atau pernah menggunakan OVO. Pengujian hipotesis dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi keberagaman jenis merchant, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, penawaran khusus yang diberikan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pengguna.

Kata Kunci: *fintech*, penawaran khusus, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keberagaman jenis *merchant*, kepercayaan, loyalitas pengguna



## ABSTRACT

The growth of the fintech industry in Indonesia is very fast especially in urban areas, this is also supported by the rapid growth of internet users. An increasing in number of players can create an industry with intense competition. OVO as one of the fintech players in Indonesia must find a way to be able to maintain its customer. The purpose of this study is to examine the effect of perceived of merchant variety, perceived usefulness, perceived ease of use, customized offers, perceived trust towards customer loyalty.

This research using surveys in data collection, where the sampling method is non-probabilities with purposive sampling approach. Total 180 respondents were participated with the criteria of respondents being active as OVO users or have used OVO. Hypotesis testing were analyzed using multiple linear regression.

The results of hypothesis testing showed that perceived of merchant variety, perceived usefulness, perceived ease of use, customized offers, perceived trust have positively significant impact on customer loyalty.

Keywords: fintech, customized offers, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived of merchant variety, trust and customer loyalty