

ABSTRAK

Nanda Dhea Afifah: “Pengaruh Personalisasi Layanan Digital dan Gamifikasi Program Loyalitas Terhadap Loyalitas Pengguna Alfagift (Studi Kasus Alfamart di Kota Bandung)”.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perusahaan ritel untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Salah satu strategi yang diterapkan melalui aplikasi Alfagift adalah personalisasi layanan digital dan gamifikasi program loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh personalisasi layanan digital dan gamifikasi program loyalitas terhadap loyalitas pengguna Alfagift di Kota Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 145 responden pengguna aktif Alfagift di Kota Bandung yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (65,55%) dan berada pada rentang usia 15–29 tahun (91,03%). Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personalisasi layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Alfagift dengan nilai t hitung sebesar 5,562 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Gamifikasi program loyalitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai t hitung sebesar 6,517 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Secara simultan, personalisasi layanan digital dan gamifikasi program loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Alfagift dengan nilai F hitung sebesar 132,320 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Nilai koefisien determinasi sebesar 0,651 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 65,1% variasi loyalitas pengguna, sedangkan sisanya sebesar 34,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semakin baik penerapan personalisasi layanan digital dan gamifikasi program loyalitas, maka semakin tinggi loyalitas pengguna aplikasi Alfagift di Kota Bandung.

Kata Kunci: Alfagift, Gamifikasi Program Loyalitas, Loyalitas Pengguna, Personalisasi Layanan Digital, *Service-Dominant Logic*.