

ABSTRAK

Penduduk Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangannya arus globalisasi khususnya teknologi informasi. Salah satu bentuk dari kemajuan teknologi informasi adalah keberadaan jaringan internet. Go-jek adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang memimpin revolusi industri transportasi ojek, seperti di Surabaya. Persaingan semakin ketat pada jasa transportasi di Surabaya menuntut Go-Jek berupaya semaksimal mungkin untuk menjaga loyalitas pelanggannya agar tidak beralih kepada jasa pesaing. Loyalitas yang dimiliki pelanggan Go-Jek dapat diketahui dengan melihat *continuance intention* yang dimiliki pelanggan. *Continuance intention* didorong oleh adanya faktor habit. Faktor lain yang dapat mempengaruhi habit adalah *perceived usefulness* dan *Self Image Congruity* yang memiliki efek positif signifikan pada *trust*. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Self Image Congruity*, terhadap *Habit*, *Trust*, dan *Continuance Intention* Pada Pengguna Go-Jek di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory* dengan jenis data kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah *direct approach*, berupa kuesioner. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *habit*, *continuance intention* dan *trust* pada pengguna Go-Jek di Surabaya. *Self image congruity* tidak berpengaruh terhadap *trust* akan tetapi berpengaruh positif pada *continuance intention* pada pengguna Go-Jek di Surabaya. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada pengguna Go-Jek di Surabaya. *Trust* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna Go-Jek di Surabaya.

Kata kunci : *Perceived Usefulness*, *Self Image Congruity*, *Habit*, *Trust*, *Continuance Intention*