

PERAN MANAJEMEN SISTEM INFORMASI DALAM MEMBENTUK NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK: STUDI PADA GENERASI MILENIAL DAN GEN Z

Partogi Sitinjak¹, Muhammad Fikri Raksa Mandala², Muhammad Rifqi Nugroho³, Rifki Ryapiaku⁴

^{1,2,3,4}Universitas Gunadarma

partogisitnjak11@gmail.com¹, muhammadfikrirm20@gmail.com², m.rifqinugroho46@gmail.com³,
ryapiakurifki@gmail.com⁴

ABSTRACT; *This study analyzes the role of management information systems (MIS) in influencing the continuous usage intention of the Gojek application, specifically among Millennial and Gen Z users in Indonesia. This research identifies MIS-related factors contributing to continuous usage, such as system quality, information quality, service quality, facilitating conditions, personalization, loyalty programs, hedonic motivation, and habit. Findings indicate that these factors collectively shape post-adoption user experience and satisfaction, which are key predictors of continuous intention. Distinct characteristics between Millennial and Gen Z, such as lower brand loyalty in Gen Z and price sensitivity, suggest the need for tailored MIS strategies. This study offers theoretical contributions by integrating technology acceptance models and managerial implications for Gojek to enhance user retention through MIS optimization.*

Keywords: *Manajemen Information System, Continuous Usage Intention, Gojek Application, Millennial Generation, Gen Z Generation; Technology Adoption, Literature Review.*

ABSTRAK; Penelitian ini menganalisis peran manajemen sistem informasi (MSI) dalam memengaruhi niat berkelanjutan penggunaan aplikasi Gojek, khususnya pada pengguna Generasi Milenial dan Gen Z di Indonesia. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor MSI seperti kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kondisi fasilitas, personalisasi, program loyalitas, motivasi hedonis, dan kebiasaan yang berkontribusi pada niat berkelanjutan. Temuan menunjukkan bahwa faktor-faktor ini membentuk pengalaman pengguna pasca-adopsi dan kepuasan, yang merupakan prediktor utama niat berkelanjutan. Perbedaan karakteristik antara Generasi Milenial dan Gen Z, seperti loyalitas merek yang lebih rendah pada Gen Z dan sensitivitas harga, mengindikasikan perlunya strategi MSI yang disesuaikan. Studi ini memberikan kontribusi teoretis dengan mengintegrasikan model-model penerimaan teknologi dan implikasi manajerial bagi Gojek untuk meningkatkan retensi pengguna melalui optimalisasi MSI.

Kata Kunci: Manajemen Sistem Informasi, Niat Berkelanjutan; Aplikasi Gojek, Generasi Milenial, Generasi Z, Adopsi Teknologi, Tinjauan Pustaka.

PENDAHULUAN

Era digital mendorong pertumbuhan ekonomi pesat, dengan aplikasi seluler seperti Gojek menjadi bagian integral kehidupan sehari-hari di Indonesia. Gojek, sebagai "aplikasi super", telah berkembang pesat sejak 2015, menawarkan lebih dari 18 layanan. Namun, keberlanjutan bisnis bergantung pada niat berkelanjutan penggunaan (retensi pengguna), yang lebih hemat daripada akuisisi pengguna baru. Manajemen Sistem Informasi (MSI) adalah aset strategis yang mendasari desain, implementasi, dan pengelolaan teknologi untuk pengalaman pengguna dan niat berkelanjutan.

Penelitian ini berfokus pada Generasi Milenial dan Gen Z, segmen demografi dominan di Indonesia yang dikenal sebagai "digital natives". Memahami pengaruh MSI pada niat berkelanjutan Gojek di kedua generasi ini sangat relevan. Gojek menghadapi tantangan retensi dan keluhan "spam" notifikasi, menunjukkan bahwa MSI yang efektif—mengelola data, mempersonalisasi pengalaman, memastikan kualitas, dan mendukung pengguna—penting untuk mendorong keterlibatan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan tinjauan pustaka sistematis (systematic literature review) untuk mensintesis pengetahuan, mengidentifikasi kesenjangan teoretis, dan mengusulkan kerangka kerja konseptual dalam topik adopsi teknologi dan manajemen sistem informasi. Proses penelitian melibatkan pencarian literatur komprehensif pada basis data akademik utama (Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, IEEE Xplore, ACM Digital Library, dan portal jurnal nasional terakreditasi) menggunakan kombinasi istilah kunci relevan dan operator Boolean. Literatur dipilih berdasarkan kriteria inklusi (artikel peer-reviewed, fokus pada variabel inti, Gojek, studi generasi di Indonesia, publikasi 5-7 tahun terakhir kecuali karya seminal) dan kriteria eksklusi (artikel non-ilmiah, studi tidak terkait langsung, atau konteks budaya/ekonomi sangat berbeda). Sintesis temuan dilakukan melalui pendekatan tematik dan matriks sintesis untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan kesenjangan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan sintesis temuan dari tinjauan pustaka sistematis, membahas peran berbagai faktor terkait Manajemen Sistem Informasi (MSI) dalam membentuk niat berkelanjutan penggunaan aplikasi Gojek, serta menyoroti perbedaan antara Generasi Milenial dan Gen Z.

1. Peran Kualitas Sistem Informasi dalam Niat Berkelanjutan

Kualitas sistem (keandalan, fungsionalitas, kemudahan penggunaan) secara positif memengaruhi kepuasan pengguna dan niat perilaku. Dalam Gojek, kualitas sistem penting untuk transaksi dan pemenuhan kebutuhan, terkait dengan Harapan Usaha dan Harapan Kinerja dalam UTAUT2, serta kepuasan dalam ECM. Gojek perlu investasi berkelanjutan dalam stabilitas dan kinerja sistem untuk retensi pengguna jangka panjang.

2. Peran Kualitas Informasi dalam Niat Berkelanjutan

Kualitas informasi (akurasi, ketepatan waktu, kelengkapan, relevansi) dapat menumbuhkan kepercayaan dan memengaruhi keputusan. Dalam UTAUT2/ECM, kualitas informasi memengaruhi Kegunaan yang Dirasakan dan kepuasan. Meskipun sebuah studi menemukan kualitas informasi tidak langsung memengaruhi niat berkelanjutan Gojek (karena pengguna mencari dari sumber lain), ini menekankan pentingnya informasi yang terkurasi, personal, dan relevan secara kontekstual yang didorong oleh MSI.

3. Peran Kualitas Layanan dalam Niat Berkelanjutan

Kualitas layanan (perilaku pengemudi, responsivitas) secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang mendorong loyalitas dan penggunaan berkelanjutan. Dalam UTAUT2/ECM, kualitas layanan memengaruhi kepuasan dan secara tidak langsung niat berkelanjutan. MSI Gojek berperan ganda: mengelola antarmuka digital dan memfasilitasi kualitas layanan mitra manusia, termasuk sistem pelatihan dan umpan balik.

4. Peran Dukungan Pengguna dan Kondisi Fasilitas

Kondisi fasilitas (sumber daya dan dukungan, seperti smartphone dan bantuan teknis) adalah konstruk kunci dalam UTAUT2 dan memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan, terutama untuk Gen Z. Gojek berinvestasi dalam infrastruktur teknologi dan peningkatan pengalaman pengguna, termasuk antarmuka yang mulus. Bagi digital natives, desain MSI yang

proaktif meminimalkan gesekan dan memaksimalkan kenyamanan, menjadikan aplikasi sangat diperlukan.

Peran Personalisasi dan Program Loyalitas

1. Personalisasi

Personalisasi (penyesuaian konten/layanan berdasarkan preferensi) secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan konversi, meningkatkan nilai yang dirasakan. Gojek menggunakan sistem rekomendasi AI dan komunikasi tertarget. Personalisasi yang didorong MSI sangat penting untuk memperkuat dan mempertahankan kebiasaan pengguna.

2. Program Loyalitas

Program loyalitas (insentif dan hadiah) mendorong penggunaan berkelanjutan, menumbuhkan loyalitas, dan meningkatkan kepuasan. Gojek menawarkan insentif dan hadiah loyalitas. Personalisasi dan program loyalitas adalah mekanisme dinamis yang didorong oleh MSI untuk memperkuat kebiasaan pengguna, sangat penting untuk Gen Z yang loyalitas mereka lebih rendah.

Pengaruh Motivasi Hedonis dan Kebiasaan

1. Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis (kesenangan, kegembiraan dari penggunaan) adalah prediktor kuat dalam UTAUT2, dan motif belanja daring Gen Z juga mencakup aspek hedonis.

2. Kebiasaan

Kebiasaan (perilaku otomatis karena pembelajaran) secara konsisten ditemukan sebagai prediktor terkuat niat penggunaan berkelanjutan dan memengaruhi perilaku penggunaan aktual. Desain MSI (UI intuitif, proses mulus, notifikasi cerdas) memfasilitasi pembentukan kebiasaan. Peran MSI melampaui fungsionalitas semata untuk menumbuhkan pengalaman pengguna yang "lengket" yang mendorong kenikmatan dan kebiasaan, dengan membuat aplikasi menyenangkan dan mudah digunakan.

Perbedaan Generasi Milenial dan Gen Z dalam Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi Gojek

Meskipun Generasi Milenial dan Gen Z keduanya digital natives, terdapat perbedaan penting dalam karakteristik dan perilaku mereka yang memengaruhi niat berkelanjutan penggunaan aplikasi Gojek.

Tabel 2. Perbandingan Karakteristik dan Perilaku Adopsi Teknologi Generasi Milenial dan Gen Z dalam Konteks Aplikasi Seluler di Indonesia

Karakteristik /Perilaku	Generasi Milenial (Gen Y)	Generasi Z (Gen Z)	Implikasi terhadap Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi Gojek	Sumber
Digital Nativeness	Tumbuh dengan komputer & internet, mahir teknologi, mencari jawaban cepat online.	Tumbuh sepenuhnya di era digital, sangat mahir, <i>multitasking</i> , membentuk tren teknologi.	Tingkat kenyamanan tinggi dengan aplikasi, ekspektasi tinggi terhadap kinerja & kemudahan penggunaan.	[1, 14, 15]
Loyalitas Merek	Loyalitas cenderung lebih kuat dibandingkan Gen Z.	Loyalitas merek cenderung lebih lemah, lebih berorientasi pada produk & nilai.	Gojek perlu bekerja lebih keras untuk mempertahankan Gen Z melalui nilai berkelanjutan & inovasi, bukan hanya citra merek.	[29, 47]
Sensitivitas Harga/Nilai	Keseimbangan antara penghematan & pekerjaan sampingan.	Lebih peka harga, memprioritaskan diskon & penawaran.	Strategi harga & promosi (dikelola MSI) mungkin memiliki pengaruh lebih kuat pada penggunaan berkelanjutan Gen Z.	[20, 35, 51]
Pencarian Informasi	Mengandalkan sumber yang sudah mapan.	Mahir mencari informasi dari berbagai sumber (media sosial, situs web).	Kualitas informasi dalam aplikasi mungkin kurang menjadi pendorong langsung bagi Gen Z jika tidak sangat personal.	[15, 61]
Pengaruh Sosial	Menggunakan media sosial untuk komunikasi, jaringan, & layanan. Partisipasi pasif dalam konten viral.	Sangat aktif di media sosial, memengaruhi keputusan pembelian, proaktif membuat konten viral.	Pengaruh teman sebaya mungkin lebih kuat atau terekspresi berbeda pada Gen Z, memerlukan strategi MSI yang memanfaatkan <i>word-of-mouth</i> digital.	[21, 50]

Motivasi Hedonis vs. Utilitarian	Perilaku konsumtif, memanfaatkan teknologi.	Motif belanja daring meliputi hedonis & utilitarian; preferensi komunikasi visual & interaktif.	Aspek hedonis mungkin memainkan peran yang sedikit lebih menonjol bagi Gen Z, menuntut desain aplikasi yang lebih menyenangkan.	[16, 52]
Pembentukan Kebiasaan	Terbiasa dengan interaksi teknologi.	Adaptasi teknologi yang lebih tinggi, menuntut alur aplikasi yang sangat mulus & efisien.	Jalur pembentukan kebiasaan mungkin berbeda, memerlukan desain MSI yang sangat efisien & tanpa gesekan.	[15, 46]

Loyalitas merek Gen Z yang lebih rendah dan pendekatan yang lebih pragmatis serta berorientasi pada produk menunjukkan bahwa penggunaan berkelanjutan bagi mereka lebih tentang nilai berkelanjutan, relevansi personalisasi, dan keterlibatan hedonis. Strategi MSI untuk penggunaan berkelanjutan idealnya harus tersegmentasi dan disesuaikan dengan nuansa generasi ini, dengan algoritma personalisasi menjadi krusial.

Implikasi Manajerial dan Teoritis

Implikasi Manajerial (untuk Gojek)

1. Investasi Berkelanjutan dalam Kualitas MSI Inti: Terus memantau dan meningkatkan stabilitas sistem, akurasi data, dan efisiensi pengiriman layanan.
2. Personalisasi Berbasis Data: Mengembangkan personalisasi yang didorong AI dan analitik data untuk memenuhi preferensi generasi yang beragam dan memerangi kelelahan notifikasi "spam".
3. Optimalisasi Program Loyalitas dan Insentif: Menyesuaikan program loyalitas dan struktur insentif dengan sensitivitas harga dan pemicu pembentukan kebiasaan Generasi Milenial dan Gen Z.
4. Manajemen Kualitas Layanan Holistik: Mengelola kualitas layanan pada antarmuka digital dan interaksi manusia (mitra pengemudi) melalui proses yang didukung MSI.

5. Pemantauan Metrik Retensi: Memantau metrik perilaku pengguna (DAU/MAU, tingkat churn, durasi sesi) untuk mengidentifikasi area perbaikan MSI.

Implikasi Teoritis

Temuan ini berkontribusi pada pemahaman penerimaan teknologi dan niat penggunaan berkelanjutan, menyoroti nilai integrasi model teoretis (TAM, UTAUT2, ECM) untuk pemahaman holistik. Penelitian ini menunjukkan bahwa MSI tidak hanya memengaruhi persepsi kegunaan dan kemudahan, tetapi juga secara strategis membentuk motivasi hedonis, kebiasaan, dan kepuasan pasca-adopsi. Studi ini juga membuka jalan bagi penelitian di masa depan, seperti studi longitudinal, perbandingan lintas budaya, atau eksplorasi peran moderasi faktor spesifik

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis peran krusial Manajemen Sistem Informasi (MSI) dalam membentuk niat berkelanjutan penggunaan aplikasi Gojek pada Generasi Milenial dan Gen Z di Indonesia melalui tinjauan pustaka sistematis. Berbagai elemen MSI secara kolektif memengaruhi niat berkelanjutan: kualitas sistem yang tinggi adalah fondasi kepercayaan; kualitas informasi perlu dipersonalisasi; kualitas layanan memengaruhi kepuasan dan loyalitas; dukungan pengguna dan desain aplikasi yang mulus penting bagi digital natives; personalisasi dan program loyalitas memperkuat kebiasaan; dan motivasi hedonis serta kebiasaan adalah prediktor kuat niat berkelanjutan. Perbedaan karakteristik generasi, seperti loyalitas merek Gen Z yang lebih rendah dan sensitivitas harga, mengindikasikan perlunya strategi MSI yang disesuaikan. MSI yang terkelola baik tidak hanya mendukung operasional tetapi secara strategis membentuk pengalaman pengguna, menumbuhkan kepuasan, dan mendorong keterlibatan jangka panjang dalam ekosistem aplikasi super.

Saran

A. Saran untuk Penelitian Mendatang

1. Studi Empiris

Melakukan studi empiris (kuantitatif atau kualitatif) untuk memvalidasi kerangka konseptual yang diusulkan dengan data langsung dari pengguna Gojek dari Generasi Milenial dan Gen Z.

2. Variabel Moderasi dan Mediasi Tambahan

Mengeksplorasi variabel moderasi tambahan (misalnya, tingkat pendapatan, pendidikan, lokasi geografis, atau faktor budaya) atau variabel mediasi (misalnya, kepercayaan, nilai yang dirasakan, risiko yang dirasakan).

3. Studi Komparatif

Melakukan studi komparatif dengan aplikasi super lain atau dalam konteks industri yang berbeda untuk menguji generalisasi temuan.

4. Dampak Fitur Spesifik

Menyelidiki dampak fitur Gojek yang lebih spesifik (misalnya, GoPay, GoFood, GoRide) pada niat berkelanjutan di seluruh generasi secara lebih rinci.

B. Saran untuk Aplikasi Praktis

1. Investasi Berkelanjutan dalam Kualitas MSI Inti

Gojek harus terus berinvestasi dalam memastikan stabilitas sistem, akurasi data, dan efisiensi pengiriman layanan.

2. Personalisasi Berbasis Data

Mengembangkan algoritma personalisasi canggih yang didorong AI dan analitik data untuk menyediakan pengalaman yang sangat disesuaikan dan komunikasi yang ditargetkan.

3. Optimalisasi Program Loyalitas dan Insentif

Merancang program loyalitas dan struktur insentif yang menarik bagi Generasi Milenial dan Gen Z, dengan mempertimbangkan preferensi mereka terhadap diskon dan nilai.

4. Manajemen Kualitas Layanan Holistik

Mengelola kualitas layanan pada tingkat aplikasi dan interaksi manusia (mitra pengemudi) melalui proses yang didukung MSI.

5. Fokus pada Pengalaman Tanpa Gesekan

Mengembangkan fitur dan alur kerja yang meminimalkan usaha pengguna dan memaksimalkan kenikmatan untuk mendorong pembentukan kebiasaan.

6. Pemantauan Metrik Retensi

Terus-menerus memantau metrik retensi utama (DAU/MAU, tingkat churn, durasi sesi) untuk mengidentifikasi tren, masalah, dan peluang intervensi MSI yang tepat waktu..

DAFTAR PUSTAKA

- Alvara Research Center. (2019). Behaviors and Preference towards E-Commerce Apps among Millennial Generation in Indonesia in 2019. The Jakarta Post. [17]
- Anggono, C. A., & Wijaya, S. (2023). Analysis of the Influence of Digital Information Quality, Technology Performance Expectancy, Technology Effort Expectancy, Price. Semantic Scholar. [61]
- Dewi, I. J., & Mahemba, U. S. A. K. (2024). Utilitarian and Hedonic Shopping Motives and Attitude towards Online Shopping of Generation Z in Indonesia. *Ilomata International Journal of Management*, 5(2), 542–558. [52]
- Fitriansyah, H., Utomo, S., Apriliani, R., & Ratnawita, A. (2025). The Effect of Service Quality, Price, and Promotion on Go-Mart Customer Loyalty with Satisfaction as Moderator at Bandar Lampung University. ResearchGate. [63]
- Gojek. (2025). All-day, everyday incentives, Monthly Loyalty Rewards and only 10% service fees!. Retrieved from <https://www.gojek.com/sg/blog/gojek-driver-incentives> [45]
- Gojek. (n.d.). Sejarah Gojek. Retrieved from <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Gojek> [5]
- Google Cloud. (n.d.). GO-JEK. Retrieved from <https://cloud.google.com/customers/go-jek> [7]
- HP. (n.d.). Gen Z Technology Impact. Retrieved from <https://www.hp.com/id-en/shop/tech-takes/post/gen-z-technology-impact> [1]
- IDN Times. (n.d.). Indonesia Millennial & Gen Z Report 2025. Retrieved from <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-genz-report-2025.pdf> [21]
- Kumparan. (2022). Sejarah Gojek dan Perkembangannya dari Masa ke Masa. Retrieved from <https://kumparan.com/berita-terkini/sejarah-gojek-dan-perkembangannya-dari-masa-ke-masa-1zAYkqSP4I8> [6]
- Lestari, D. P., & Darma, G. S. (2023). The Effect of Brand Image, Loyalty Program and Service Quality on Customer Satisfaction of GoPay Customers in Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1–11. [60]
- Liputan6.com. (2025). Arti Gen Z: Memahami Karakteristik dan Dampak Generasi Terbaru. Retrieved from <https://www.liputan6.com/feeds/read/5886092/arti-gen-z-memahami-karakteristik-dan-dampak-generasi-terbaru> [15]

- Miracuves. (n.d.). Gojek Feature Breakdown for Startup Founders. Retrieved from <https://miracuves.com/blog/gojek-feature/> [8]
- Nurqamarani, R., Hidayatullah, S., & Ardiyanto, S. (2020). INFLUENCE OF INFORMATION QUALITY AND SYSTEM QUALITY AND QUALITY OF DIGITAL PAYMENTS ON CONSUMER SATISFACTION AND REPURCHASING IN. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4). [32]
- Pramana, D. (2021). Analysis of factors affecting the intention of continued use of mobile payment services among generation z: a UTAUT2 approach. *Linkage*, 1(2), 101–116. [19, 62]
- Putra, A. S., & Sasongko, S. (2023). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Attitude Towards Continuance Intention of Generation Z in Using E-Wallet. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(4). [30]
- ResearchGate. (n.d.). Expectation-Confirmation Model of continued IT usage (ECM-IT). Retrieved from https://www.researchgate.net/figure/Expectation-Confirmation-Model-of-continued-IT-usage-ECM-IT_fig1_222835166 [28]
- ResearchGate. (n.d.). Factors Influencing Continued Usage Behavior on Mobile Health Applications. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/358015712_Factors_Influencing_Continued_U sage_Behavior_on_Mobile_Health_Applications [9]
- ResearchGate. (n.d.). Gen Z Switching Behaviour in Indonesia Smartphone Industry. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/347938973_Gen_Z_Switching_Behaviour_in_I ndonesia_Smartphone_Industry [47]
- ResearchGate. (n.d.). Role of Personalization in Continuous Use Intention of Mobile News Apps in India Extending the UTAUT2 Model. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/338474825_Role_of_Personalization_in_Conti nuous_Use_Intention_of_Mobile_News_Apps_in_India_Extending_the_UTAUT2_Mod el[54]
- ResearchGate. (n.d.). Technology Acceptance Models in Health Informatics: TAM and UTAUT. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/335189610_Technology_Acceptance_Models_in_Health_Informatics_TAM_and_UTAUT [24]

ResearchGate. (n.d.). The Impact of Service Quality and Customer Trust on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in GOJEK Transportation S. Retrieved from <https://yripku.com/journal/index.php/ijedr/article/download/6156/3426/32669> [22]

Sari, A. N., & Susanti, R. (2020). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 1595–1604. [16]

STIE AAS Surakarta. (n.d.). IMPACT OF INFORMATION QUALITY ON CUSTOMER PERCEIVED VALUE, EXPERIENCE QUALITY, AND CUSTOMER SATISFACTION FROM USING GOFOOD APLIC. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/download/3805/1732/11703> [86]

Survicate. (n.d.). Mobile App Retention Guide: The Best Strategies to Retain Your Users in 2025. Retrieved from <https://survicate.com/blog/mobile-app-retention/> [10, 11]

Telkom University. (n.d.). Apa Itu Sistem Informasi Manajemen? Yuk Cari Tahu!. Retrieved from <https://dac.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-sistem-informasi-manajemen-yuk-cari-tahu/?lang=id> [13]

Universitas Merdeka Malang. (n.d.). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/download/2560/1595/7658> [16]

Universitas STEKOM Semarang. (n.d.). Gojek | S1 | Terakreditasi | Universitas STEKOM Semarang. Retrieved from <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Gojek> [5]

University of Texas at Austin. (n.d.). Steps in the Literature Review Process. Retrieved from <https://guides.lib.utexas.edu/c.php?g=1060589&p=7710319> [65]

University of Tuzla. (n.d.). An Application Of Utaut2 Model In Exploring The Impact Of Quality Of Technology On Mobile Internet. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/tuz/journal/v14y2016i2p66-76.html> [90]

UXCam. (n.d.). 5 Most Important Mobile App Retention Metrics to Measure. Retrieved from <https://uxcam.com/blog/mobile-app-retention-metrics/> [10]

Wibowo, A. A., & Arviansyah. (2023). The Effect of the Use of Mobile Banking on the Analysis of the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) on Increasing Customers Satisfaction and Customer Loyalty.

Proceedings of the 2nd International Conference on Business, Technology and Innovation (SCBTII 2023). [64]

Wikipedia. (n.d.). Management information system. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Management_information_system [12]

Wisc.edu. (n.d.). Undertaking a literature review: a step-by-step approach - Ebling Library. Retrieved from <https://ebling.library.wisc.edu/wp-content/uploads/2020/09/Undertaking-a-literature-review-a-step-by-step-approach.pdf> [66]

Yogyakarta State University. (n.d.). Jurnal Ilmu Manajemen. Retrieved from <https://greenpublisher.id/blog/daftar-jurnal-terindeks-sinta-6/> [35]