

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membuat persaingan layanan berbasis *Software as a Service* (SaaS) semakin ketat. Salah satu tantangan utama bagi perusahaan digital adalah menjaga loyalitas pengguna. OChat.id sebagai platform layanan pelanggan berbasis AI mengalami penurunan pengguna aktif, sehingga penting untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan fleksibilitas harga terhadap loyalitas pengguna OChat.id.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-verifikatif. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 91 responden, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pengalaman pelanggan dan fleksibilitas harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Secara parsial, pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan fleksibilitas harga berpengaruh positif namun tidak signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,401, artinya variabel penelitian ini menjelaskan 40,09% loyalitas pengguna, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Kesimpulannya, pengalaman pelanggan menjadi faktor utama yang harus ditingkatkan untuk mendorong loyalitas pengguna OChat.id. Fleksibilitas harga tetap penting sebagai pendukung strategi pemasaran, tetapi bukan faktor dominan.

Kata Kunci: pengalaman pelanggan, fleksibilitas harga, loyalitas pengguna, OChat.id.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has intensified competition in Software as a Service (SaaS) platforms. One of the main challenges for digital companies is maintaining user loyalty. OChat.id, an AI-based customer service platform, has experienced a decline in active users, making it important to examine the factors influencing loyalty. This study aims to analyze the effect of customer experience and price flexibility on user loyalty of OChat.id.

This research applied a quantitative method with a descriptive-verify approach. Data were collected through questionnaires distributed to 91 respondents and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that simultaneously customer experience and price flexibility have a positive and significant effect on user loyalty. Partially, customer experience has a positive and significant effect, while price flexibility has a positive but not significant effect. The coefficient of determination (R^2) is 0.401, which means that the independent variables explain 40.09% of user loyalty, while the remaining 59.91% is influenced by other factors outside this study.

In conclusion, customer experience is the main factor that should be improved to strengthen user loyalty of OChat.id. Price flexibility remains important as a supporting strategy but is not the dominant factor.

Keywords: *customer experience, price flexibility, user loyalty, OChat.id..*