

Analisis pengaruh benefit sacrifice terhadap kepuasan, intensi penggunaan kembali dan rekomendasi layanan ojek online berbasis mobile APPS = Analysis of benefit sacrifice effect to satisfaction APPS continuance intention and recommendation for online motorbike service based on mobile APPS

Ikhwan Tauhid, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434057&lokasi=lokal>

Abstrak

Layanan Aplikasi Ojek online sedang menjadi fenomena di Indonesia. Pionir pertama layanan ini, yaitu Gojek mendapatkan pertumbuhan pengguna yang tinggi setelah meluncurkan mobile apps tahun 2015. Disini peneliti ingin memahami benefit dan sacrifice apa yang membuat orang menggunakan kembali dan merekomendasikan mobile apps untuk layanan Ojek Online. Riset mengenai mobile apps masih terbatas, disinilah penulis akan melengkapi penelitian mengenai mobile apps tersebut yang kemudian sekaligus menjawab fenomena Ojek online tersebut. Penulis mengadopsi framework Xu et al, (2015) untuk melihat value (Benefit dan sacrifice) apa saja yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan, intensi penggunaan apps kembali, intensi untuk merekomendasikan dan tingkat rekomendasi pelanggan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa faktor utama dari penggunaan kembali dan juga rekomendasi aplikasi ojek online bukanlah masing-masing benefit dan sacrifice secara terpisah, tetapi dari kepuasan konsumen yang merupakan satu kesatuan evaluasi dari semua faktor benefit dan sacrifice yang ada. Persepsi harga memiliki pengaruh signifikansi tertinggi yang mempengaruhi kepuasan, dan kemudian diikuti oleh hedonic benefit dan utilitarian benefit. Hasil penelitian ini menjawab tingginya tingkat penggunaan dan rekomendasi yang ada saat ini

.....Online motorbike service based on Mobile apps has become a phenomenon in Indonesia. The pioneer of this service GO-JEK, shows a vast increase of user after launched mobile apps in 2015. In this research, we want to understand what kind of benefit or sacrifice that influence people to use and recommend Online motorbike service based on Mobile apps. Research about mobile apps is still limited, from this perspective, researcher want to add new research of mobile apps and also to answer the online motorbike service phenomenon. Researcher adopt (Xu et al, 2015) framework to find what kind of benefit influence to satisfaction, apps continuance intention, intention to recommend and recommendation. The result of this research shows that main factor of apps continuance and recommendation are not from each separate benefit and sacrifice but it is from satisfaction which formed from all mixed benefit and sacrifice. Perceived price have the highest influence to satisfaction and followed by hedonic and utilitarian benefit. This research answer why there are so many people in Indonesia use and recommend to use Online motorbike service based on Mobile apps.