

Pengukuran dan analisa consumer engagement aplikasi seluler wifi.id GO = Measurement and analysis consumer engagement mobile application wifi.id GO

Novi Purnama Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20495328&lokasi=lokal>

Abstrak

Kebutuhan akan teknologi internet berkembang pesat, mendorong banyak perusahaan untuk mengembangkan layanan yang dapat memudahkan konsumen untuk mengakses bahkan ketika mereka sedang bergerak. Aplikasi seluler adalah salah satu solusi bagi konsumen untuk terhubung dengan internet di mana saja melalui gadget mereka. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., Salah satu penyedia layanan internet di Indonesia, melihat peluang itu dan mengembangkan aplikasi seluler wifi.id GO yang dapat terhubung tanpa batas melalui jaringan Indonesia Wi-Fi. Selama tahun 2018, dari konsumen wifi.id GO yang menginstal aplikasi di gadget mereka, hanya 1,9% pengguna yang menyimpannya sepanjang tahun. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana merancang aplikasi mobile wifi.id GO berdasarkan preferensi konsumen sehingga konsumen yang terus menggunakan aplikasi ini meningkat dan membangun hubungan yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fitur dari aplikasi seluler wifi.id GO yang menciptakan consumer affection, mengarah pada penggunaan aplikasi yang berkelanjutan dan mengarah pada consumer engagement behavior dari aplikasi seluler wifi.id GO. Penelitian ini menggunakan kuesioner online untuk mengumpulkan data dari 364 responden. Data dianalisis menggunakan Structural Equations Modeling (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi fitur seperti kualitas informasi dan solusi desain akan menghasilkan consumer affection yang lebih tinggi yang mengarah pada penggunaan yang berkelanjutan. Selain itu, consumer affection secara positif mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dan juga secara positif memengaruhi consumer engagement behavior aplikasi seluler wifi.id GO. Namun, fitur fungsionalitas dan interaksi pengguna tidak ditemukan berhubungan positif dengan consumer affection aplikasi seluler wifi.id GO.

.....The need for internet technology is growing rapidly, leading many companies to develop services that can make it easier for consumers to access even when they are mobile. The mobile application is one of the solutions for consumers to connect with the internet anywhere through their gadget. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., one of the internet service providers in Indonesia, saw that chance and developed mobile application wifi.id GO that can connect seamlessly through Indonesia's Wi-Fi network. During the year 2018, of consumers of wifi.id GO that install the application in their gadget, only 1.9% of users keep it throughout the year. Therefore, it is important to understand how to design mobile application wifi.id GO-based on consumer preferences so the consumers continuing to using the application is increased and builds a sustained relationship.

This research seeks to understand which features of mobile application wifi.id GO stimulate consumer affection, leading to continuous use and consumer engagement behavior. This study used an online questionnaire to collect data from 364 respondents. The data were analyzed using Structural Equations Modeling.

The results indicate that features such as information quality and design solutions will result in higher affection leading to continuous usage and consumer engagement behavior of mobile application wifi.id GO. Moreover, consumer affection positively influenced users intention to continuous usage, and also positively influenced users consumer engagement behavior of mobile application wifi.id GO. However, functionality and consumer interaction features are not found to be positively related to consumer affection with mobile application wifi.id GO.