

Pengaruh Pengalaman Pengguna Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Terhadap Pilihan Penggunaan = Influence of User Experience on the Mobile Food Delivery Service Application Brand Choice

Zahita Cahyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505046&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan aplikasi pesan dan antar makanan melalui telepon seluler semakin meningkat di Indonesia. Terdapat dua perusahaan m-commerce di Indonesia yang berada dalam bisnis aplikasi pesan antar makanan, yaitu Gojek dan Grab, dengan layanan bernama GoFood dan GrabFood. Kedua aplikasi ini memiliki target pasar yang sama, ditambah dengan layanan yang ditawarkan dan fitur aplikasinya yang serupa. Maka dari itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki daya saing yang baik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penilaian pengguna terhadap aplikasi dan indikator yang mempengaruhi pemilihan merek layanan. Terdapat lima aspek dengan empat belas indikator yang digunakan dalam pengukuran pemilihan merek. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk pengguna GoFood dan GrabFood yang kemudian diolah dengan menggunakan uji statistik univariat, bivariat, multivariat dan analisis faktor. Dilanjutkan dengan regresi linear berganda untuk mengetahui prioritas peningkatan. Berdasarkan hasil uji statistik didapatkan bahwa aspek yang mempengaruhi pilihan merek secara signifikan adalah aspek kualitas (mobile service quality). Berdasarkan hasil analisis faktor dan saran pengguna, hal yang perlu ditingkatkan aplikasi GoFood adalah promo, metode pembayaran, dan efisiensi. Untuk GrabFood keamanan, kemudahan penggunaan, dan penanganan komplain. Prioritas utama indikator yang perlu ditingkatkan GrabFood agar menyaingi GoFood adalah fulfillment dan trust. Penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan aplikasinya.

Mobile food ordering application usage is increasing in Indonesia. There are two m-commerce companies in Indonesia that offer food delivery applications service, namely Gojek and Grab, with services called GoFood and GrabFood. Both of these applications have the same target market, similar services and application features. Therefore, it is important for companies to have good competitiveness. This research was conducted to determine user experience of applications usage and indicators that influence service brand choice. There are five aspects with fourteen indicators used in measuring brand choice. This research was conducted by distributing questionnaires to GoFood and GrabFood users which were then processed using univariate, bivariate, multivariate statistical analysis and factor analysis. Followed by multiple linear regression to determine the priority of improvement. Statistical tests results found that the aspects that significantly influence brand choice is quality aspect. Results of factor analysis and user experience, stated that GoFood need to improve their promos, payment methods, and efficiency. As for GrabFood security, ease of use and complaint handling. The top priority indicators that GrabFood needs to improve to compete with GoFood are fulfillment and trust. This research is expected to be able to assist companies in improving the quality of their services.