

Analisis Faktor Pre-adoption yang Memengaruhi Post-adoption Continuance Usage pada Aplikasi Mobile Online Travel Agency (OTA) = Analysis of Pre-adoption & Post-Adoption Factors Affecting Continuance Usage on Mobile Online Travel Agency (OTA) Applications

Azna Ajeng Nurfaiza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529041&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi turut berperan penting dalam bertumbuhnya ekonomi pariwisata, salah satunya adalah inovasi teknologi OTA. Seiring dengan pertumbuhan pasar OTA yang diprediksi akan terus meningkat dalam beberapa tahun kedepan, membuat kompetisi antar penyedia layanan OTA juga semakin ketat, sehingga memunculkan tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pre-adoption, berupa persepsi awal pengguna yang memengaruhi actual continuance usage layanan pemesanan akomodasi dan transportasi pada aplikasi mobile OTA di Indonesia. Untuk meneliti hal tersebut, penelitian ini menggabungkan tiga teori, yaitu Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Information System Success (ISS), dan Expectation-Confirmation Model (ECM). Sebanyak 543 data valid dari responden yang pernah menggunakan layanan akomodasi maupun transportasi melalui aplikasi mobile OTA diolah menggunakan Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) dengan alat bantu AMOS 26. Hasil penelitian tim penulis mengindikasikan bahwa faktor-faktor pada tahapan pre-adoption, seperti pre-adoption performance expectancy dan pre-adoption expected information quality memengaruhi expectation-confirmation yang kemudian memengaruhi faktor post-adoption, seperti post-adoption perceived trust dan satisfaction. Kemudian, satisfaction memengaruhi continuance usage intention pengguna baik secara langsung maupun bila dimediasi oleh faktor habit. Terakhir, ditemukan bahwa continuance usage intention memengaruhi actual continuance usage aplikasi mobile OTA. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk memberikan wawasan terhadap perusahaan penyedia layanan OTA, sehingga penyedia dapat memenuhi ekspektasi penggunanya dan mempertahankan pengguna sehingga menggunakan aplikasi mobile OTA secara berkelanjutan.

.....Technology advancement plays an important role to the tourism economy growth, one of which is the innovation of OTA. Along with the predicted growth of the OTA industry in the upcoming years, the competition between OTA providers will also increase, thus creating its own challenges for its market players. This study aims to determine the pre-adoption factors that affects user's actual continuance usage of the accommodation and transportation booking service on the mobile OTA application in Indonesia by proposing an integrated Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Information System Success (ISS), and Expectation-Confirmation Model (ECM). A total of 543 valid data were retrieved from respondents who had used the accommodation or transportation booking service through the OTA mobile application. The statistical analysis was performed with Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) using AMOS 26 software. The results indicate that pre-adoption expectancies, such as pre-adoption performance expectancy and pre-adoption expected information quality impacts user's expectation confirmation, thus determining user post-adoption perceived trust and satisfaction. The result further confirms that user satisfaction impacts both directly and indirectly (through the mediation of habit) to

user's continuance usage intention. Moreover, the findings suggest that user's continuance usage intention has a strong influence to the actual continuance usage of the mobile OTA application. This study provides insights to OTA providers by guiding them to deliver services that meets user's expectation, hence retaining their users through user's continuance usage.