

Analisis Pengaruh Dorongan Emosional (Teori Pleasure, Arousal, Dominance) terhadap Loyalitas dan Kontinuitas Penggunaan Aplikasi Kopi Kenangan = The Impact of Emotional Approach (Pleasure, Arousal, Dominance Theory) on Brand Loyalty and Continuous Usage Intention of Kopi Kenangan App

Muhammad Rayhan Alam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920522422&lokasi=lokal>

Abstrak

Mobile apps memudahkan berbagai aktivitas konsumen. Popularitas penggunaan dan perkembangan dari mobile apps mendorong brand terkemuka untuk meluncurkan aplikasi mereka masing-masing. Aplikasi yang sering disebut sebagai branded app ini dapat meningkatkan nilai tambah bagi brand karena dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen. Namun, sebagian besar aplikasi tidak rutin digunakan oleh pengguna tiap bulannya. Beberapa studi empiris telah mengonfirmasi alasan yang mendasari penggunaan aplikasi mobile berdasarkan kegunaan dan kemudahannya. Namun, masih sedikit yang meneliti dorongan emosional apa yang mendasari intensi penggunaan dari branded app. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan teori pleasure, arousal, dan dominance untuk menggambarkan alasan emosional yang mendasari penggunaan aplikasi Kopi Kenangan. Aplikasi Kopi Kenangan dipilih karena keberhasilannya meningkatkan sales pada tahun pertama peluncurannya. Penelitian ini melibatkan 302 responden yang berdomisili di Indonesia dan pernah melakukan pembelian menggunakan aplikasi tersebut dalam 3 bulan terakhir. Dari hasil penelitian, ditemukan arousal dan dominance memengaruhi secara positif brand loyalty dan continuous usage intention.Mobile apps enhance consumer's activities. The growth and development of mobile apps drive well-known brands to launch their own apps. Branded apps add more value for the brands since it enables them to be more connected to their consumers. However, the majority of apps are not routinely used every month. Latest empirical studies have investigated the underlying motivations for users to continuously use branded apps. This research used Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with PAD (Pleasure, Arousal, and Dominance) theory to portray the emotional approach of why users are continuously using the Kopi Kenangan app. The Kopi Kenangan app was chosen because of its success of increasing sales in its first year of launching. This research involved 302 respondents located in Indonesia and have made at least a transaction in the last 3 months. Arousal and dominance have significantly and positively influence brand loyalty and continuous usage intention.