

ABSTRAK

Perkembangan industri telekomunikasi yang pesat mendorong pelaku bisnis di industri jasa khususnya perusahaan penyedia layanan transportasi untuk terus berinovasi dan menyediakan saluran baru dalam bentuk aplikasi seluler. Semakin banyak inovasi yang ditawarkan kepada pelanggan akan membuat lingkungan bisnis menjadi lebih kompetitif sehingga perusahaan perlu menemukan cara untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara fitur utama aplikasi seluler (yaitu ubikuitas yang dirasakan, keinformatifan yang dirasakan, dan personalisasi yang dirasakan), manfaat yang dirasakan (yaitu kegunaan dan keterlibatan yang menyenangkan) dan perilaku setelah adopsi mereka, seperti kelekatan dan getok tular. Objek pada penelitian ini adalah aplikasi transportasi daring di Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring. Terdapat 316 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan seperti berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, pengguna aktif telepon pintar, dan pengguna aktif aplikasi transportasi daring. Data penelitian ini dianalisis dengan model persamaan struktural atau SEM (*Structural Equation Model*) yang diolah menggunakan perangkat lunak AMOS 23.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ubikuitas yang dirasakan, keinformatifan yang dirasakan, dan personalisasi yang dirasakan berpengaruh positif secara signifikan pada kegunaan. Keinformatifan yang dirasakan dan personalisasi yang dirasakan secara signifikan berpengaruh positif pada keterlibatan yang menyenangkan. Kegunaan dan keterlibatan yang menyenangkan berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku setelah adopsi yaitu kelekatan dan getok tular. Pada penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh positif secara signifikan pada kelekatan dan getok tular. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada perkembangan aplikasi transportasi daring di Yogyakarta dan meningkatkan kelekatan serta getok tular positif pada aplikasi transportasi daring

Kata kunci: aplikasi transportasi daring, ubikuitas yang dirasakan, keinformatifan yang dirasakan, personalisasi yang dirasakan, kegunaan, keterlibatan yang menyenangkan, kelekatan, getok tular, SEM, AMOS

ABSTRACT

Telecommunication industry growth has led many companies in service industry especially transportation provider companies to innovate and provide new business channel in the form of mobile application. Innovation which the companies bring to the market make the business environment become more competitive. Therefore the companies need to find how to increase and keep their loyal customers through mobile application. This research aims to analyze the relationship between key features of online transportation mobile applications (perceived ubiquity, perceived informativeness, perceived personalization), perceived benefit (usefulness and playful engagement), and post-adoption behavior (stickiness and word-of-mouth). The object of this research is online transportation mobile applications in Indonesia especially in Daerah Istimewa Yogyakarta.

The research uses quantitative approach through survey. Sample of this research is obtained by distributing online questionnaire to respondents. There are 316 qualified respondents which meet the requirements such as currently live in Daerah Istimewa Yogyakarta, active user of smart phone, and active user of online transportation mobile application. Data of this research is analyzed by using SEM with AMOS 23 software.

The result of this study indicates that user perceptions of mobile application key features, perceived ubiquity, perceived informativeness, and perceived personalization have positive effect to usefulness, Perceived informativeness and perceived personalization have positive effect to playful engagement. Usefulness and playful engagement have positive effect to post-adoption behavior, stickiness and word of mouth. The result of this study can give contribution to the development of online transportation mobile application in Yogyakarta and help to increase stickiness and positive word of mouth in online transportation mobile application.

Keywords: *online transportation mobile application, perceived ubiquity, perceived informativeness, perceived personalization, usefulness, playful engagement, stickiness, word of mouth, SEM, AMOS.*