

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengalaman pengguna dan kualitas layanan terhadap pengingatan kembali merek pada layanan jasa transportasi berbasis aplikasi ponsel pintar daring Gojek dan Grab. Sebanyak 261 pengguna layanan jasa transportasi berbasis aplikasi ponsel pintar daring Gojek maupun Grab menjadi sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan dalam penelitian seperti jenis kelamin, usia berdasarkan generasi, jenis pekerjaan dan penghasilan. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan teknik analisis regresi logistik dengan SPSS. Hasil penelitian menemukan bahwa pengalaman pengguna layanan jasa transportasi berbasis aplikasi ponsel pintar daring memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengingatan kembali merek Gojek dan Grab pada keempat layanan yaitu layanan makanan, layanan motor, layanan mobil dan layanan pengiriman. Sedangkan kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap pengingatan kembali merek Grab pada keempat layanannya, tetapi pada Gojek kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap pengingatan kembali merek pada ketiga layanannya yaitu layanan makanan, layanan motor dan layanan mobil, dan tidak signifikan pada layanan pengirimannya. Secara keseluruhan dapat dikatakan pengingatan kembali merek pada layanan jasa transportasi berbasis aplikasi ponsel pintar daring Grab lebih mudah dilakukan oleh penggunanya daripada Gojek.

Kata Kunci: pengalaman pengguna, kualitas layanan, pengingatan kembali merek, Gojek dan Grab.

ABSTRACT

This research aims to examine the impact of user experience and service quality on brand recall on online mobile application-based transportation services Gojek and Grab. A total of 261 users of online mobile application-based transportation services Gojek and Grab, used as the sample based on criteria determined in the study such as gender, age by generation, occupation and income. hypothesis Testing on this research is using logistic regression analysis techniques with SPSS. The results of the study found that the user experience of online mobile application-based transportation services Gojek and Grab had a positive and significant impact on brand recall of the Gojek and Grab on the four services namely food service, motorcycle service, car service and delivery service. While service quality has an effect on brand recall of Grab on its all four services, but service quality only has an impact on brand recall on Gojek's three services, such as food service, motorcycle service and car service, and not significant on its delivery service. As a whole, it can be mention that brand recall on online mobile application-based transportation services Grab is easier to recall for its users to use than Gojek.

Keywords: user experience, service quality, brand recall, Gojek and Grab.