



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi pola pemanfaatan aplikasi GO-JEK pada pelanggan yang mencakup: sumber informasi dan pengenalan aplikasi GO-JEK, mulai menggunakan aplikasi GO-JEK, frekuensi penggunaan aplikasi GO-JEK, dan layanan yang paling sering digunakan. 2) Mengidentifikasi pola pemanfaatan aplikasi GO-JEK pada *driver* yang mencakup: sumber informasi dan pengenalan GO-JEK, mulai menggunakan aplikasi GO-JEK, frekuensi penggunaan aplikasi GO-JEK, rata-rata pendapatan dalam sebulan, dan layanan yang paling sering diambil. 3) Menganalisis persepsi inovasi pelanggan pada pemanfaatan aplikasi GO-JEK menurut delapan komponen persepsi karakteristik inovasi adopsi TI. 4) Menganalisis persepsi inovasi *driver* pada pemanfaatan aplikasi GO-JEK menurut delapan komponen persepsi karakteristik inovasi adopsi TI. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan dan *driver* yang telah menggunakan aplikasi GO-JEK. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan survei. Teknik analisis data dengan analisis deskriptif.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa: 1) Peneliti berhasil mengidentifikasi sumber informasi penggunaan aplikasi GO-JEK pada pelanggan mengenal aplikasi dari teman. Sebagian besar pelanggan mulai memasang dan menggunakan aplikasi GO-JEK pada tahun 2015. Rata-rata waktu penggunaan aplikasi yaitu 0-5 kali dalam seminggu. Layanan yang paling sering digunakan pelanggan adalah layanan GO-RIDE. 2) Peneliti telah mengidentifikasi sumber informasi penggunaan aplikasi GO-JEK pada *driver* dari teman. Sebagian *driver* bergabung dan menggunakan aplikasi GO-JEK pada Agustus 2015. Frekuensi penggunaan aplikasi yaitu *driver* menggunakan lebih dari 16 kali dalam seminggu. Layanan yang sering diambil adalah GO-RIDE. 3) Peneliti berhasil menganalisis persepsi inovasi pelanggan pada pemanfaatan aplikasi GO-JEK yang tertinggi yaitu komponen kemudahan penggunaan, yang terendah adalah komponen citra. 4) Telah menganalisis persepsi inovasi *driver* pada pemanfaatan aplikasi GO-JEK yang paling tinggi yaitu keuntungan kreatif. Terendah yaitu visibilitas.

Kata Kunci: Persepsi Karakteristik Inovasi, Adopsi TI, Aplikasi GO-JEK



## ABSTRACT

This research aims to 1) Identify utilization patterns GO-JEK applications on customers that include: resources and the introduction of GO-JEK applications, start using GO-JEK application, frequency of use GO-JEK applications, and services are most often used. 2) Identify utilization patterns application GO-JEK on the drivers that include: resources and the introduction of GO-JEK, start using the application GO-JEK, the frequency of application usage GO-JEK, the average income in a month, and the service most frequently taken. 3) To analyze the perception of innovation customer the use of GO-JEK application by the eight components of perceived characteristics of IT innovation adoption. 4) To analyze the perception of innovation driver the use of GO-JEK application by the eight components of perceived characteristics of IT innovation adoption. The sample in this research is the customer and drivers who have used the application GO-JEK. Sampling using purposive sampling taknik. Data were collected by the survey. Data analysis techniques with descriptive analysis.

They show that: 1) Sources of information on using GO-JEK application on the customer to know the application of a friend. Most customers start installing and using the application GO-JEK 2015. frequency of use of the application 0-5 times a week. The services most frequently used customer service is GO-RIDE. 2) The source of information application usage GO-JEK the driver is from a friend. Most drivers join and use applications GO-JEK August 2015. The frequency of use of the applications of the driver use more than 16 times in a week. Service is often taken is GO-RIDE. 3) Perception customer innovation in the use of application GO-JEK the highest component of the ease of use, the lowest is the image component. 4) The perception of innovation drivers on the utilization of the application GO-JEK the highest of creative advantage. Its low visibility.

**Keywords:** Perception Characteristics of Innovation, Adoption, Applications GO-JEK