

## Analisis faktor kepuasan dan niat untuk menggunakan kembali akomodasi peer-to-peer = Analysis satisfaction intention factors to use peer-to-peer accomodation

Andrean Pratama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20457351&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Layanan akomodasi peer to peer (P2P) adalah hasil perpaduan dari industri lodging dan perkembangan teknologi. Platform P2P membantu mempertemukan tamu dengan penyedia ruangan melalui aplikasi atau website dengan basis online. Layanan ini terbilang cukup baru dan mulai diterima oleh masyarakat Indonesia dari sejak tahun 2012.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungang motivasi intrinsik dan ekstrinsik pelanggan terhadap kepuasan dan intensi penggunaan kembali pengambilan sampel penelitian adalah sebanyak 201 sampel yang terdapat pada rentang usia antara 18 tahun hingga 44 tahun dan pernah menginap di layanan akomodasi p2p paling tidak 1 tahun terakhir.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kesenangan, manfaat ekonomis, dan perlengkapan signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan, sedangkan manfaat sosial, kelestarian, dan manfaat lokasi tidak signifikan menunjukkan adanya pengaruh. Seluruh variabel tidak memiliki pengaruh terhadap intensi penggunaan kembali, kecuali kepuasan.

.....Peer to peer (P2P) accomodation is an outcome from a fusion between lodging industy technological developments. Usability of P2P (sites or apps) platform makes guest and room provider (host) easier to meet. This service is quite newly known and accepted in indonesian society since 2012.

The aim of this research is to get to know the effect of customers intrinsic dan extrinsic motivation to satisfaction and furutre intention. Research samples are 201 samples in the age range between 18 years to 44 years and ever stayed in p2p accomodation at least for the lattest year.

The result of this tudy found that enjoyment, economic benefits and amenities have positive and significant influence on satisfaction, while social benefits, sustainability, and locational benefits have no signigicant influence. All variables except satisfaction has no influence on future intention.