

Analisis Faktor Usability yang Mendorong Intensi Penggunaan Berkelanjutan dan Loyalitas Aplikasi Mobile pada Aplikasi Travel e-commerce mobile: Studi Kasus Traveloka = An Analysis of Usability Factors Driving Continued Intention to Use and Mobile Application Loyalty on Mobile Travel E-Commerce Application: Traveloka Case Study

Raden Ajeng Wuriandita Wahyumurti Candra Kirana Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515341&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi mobile merupakan metode yang efektif bagi perusahaan travel e-Commerce dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggannya sehingga timbul ketertarikan dan minat penggunaan. Selain itu, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa usability memiliki hubungan yang positif terhadap minat penggunaan berkelanjutan dan loyalitas aplikasi mobile pada teknologi mobile. Maka dari itu, untuk memahami kebutuhan pengguna serta memantapkan strategi mobile, diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui faktor usability mana yang mendukung munculnya intensi penggunaan dan loyalitas aplikasi mobile pada aplikasi travel e-Commerce.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan sequential mixedmethods QUAN-QUAL. Data kuantitatif dikumpulkan melalui survei daring dengan memanfaatkan instrumen Mobile Application Usability (MAU) terhadap aplikasi Traveloka. Sebelum digunakan, MAU diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menggunakan metode cross-cultural adaptation. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara kontekstual dengan tujuan complementary dan completeness. Hasil data kuantitatif diolah dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM), sedangkan hasil data kualitatif diolah dan dianalisis menggunakan metode koding kualitatif.

Berdasarkan hasil survei, variabel yang signifikan dalam memengaruhi intensi penggunaan berkelanjutan dan loyalitas aplikasi mobile pada aplikasi Traveloka adalah susunan antarmuka dan utilitas aplikasi. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara kontekstual, ditemukan faktor-faktor usability lain yang memengaruhi intensi penggunaan berkelanjutan dan loyalitas aplikasi mobile, yaitu langkah-langkah yang logis, hierarki yang logis, hierarki yang efisien, langkah-langkah yang efisien, pencarian, banyaknya pilihan preferensi, dan navigasi yang intuitif. Hasil ini sejalan dengan hasil data kuantitatif yang menunjukkan bahwa faktor yang lebih dominan tergabung dalam variabel yang signifikan. Walaupun demikian, navigasi yang intuitif merupakan satu-satunya faktor yang dominan selain dari variabel utilitas aplikasi dan struktur antarmuka sehingga bagian ini bertentangan dengan hasil data kuantitatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan agen travel e-Commerce dalam memantapkan strategi perancangan aplikasi mobile yang efektif dari segi usability guna meningkatkan intensi penggunaan berkelanjutan dan loyalitas aplikasi mobile pada aplikasi travel e-Commerce mobile di masa yang akan datang.

.....Mobile technology is an effective approach for travel e-Commerce companies in enhancing relationships with their customers to drive interest and intention to use. There are plenty of research evidences to show that usability has a positive association with continued intention to use and mobile application loyalty on mobile technology. Therefore, to consider users' needs and to overcome mobile strategies, further analysis is needed to discover which factors are important for driving intention to use and mobile application loyalty on

travel e-Commerce applications.

This research was conducted using sequential mixed-methods QUAN-QUAL approach. Quantitative data was collected through an online survey using the Mobile Application Usability (MAU) towards Traveloka application. Before being utilized, the MAU was firstly translated into Indonesian using cross-cultural adaptation procedures. In the other hand, qualitative data was collected through contextual interview based on complementary and completeness objectives. The results of the quantitative data were processed and analyzed using partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) method, while the qualitative data were processed and analyzed using qualitative coding method.

Based on the survey results, it was found that application utility and user interface structure are significantly important drivers of users' continued intention to use and mobile application loyalty on Traveloka application. Besides, based on the results of the contextual interview, it was found that there were some other usability factors driving continued intention to use and mobile application loyalty dominantly, i.e. logical/intuitive path, logical/intuitive hierarchy, efficient hierarchy, efficient path, search, variety of preferences, as well as intuitive navigation. These results were in line with the quantitative data's, that the dominant factors are belong to significant variables. However, intuitive navigation was the only dominant factor apart from the application utility and user interface structure variables, hence this part was contrary to the results of quantitative data. The results of this study are expected to be a reference for travel e-Commerce companies in maturing their mobile strategies effectively, especially in terms of usability, in order to engage mobile application loyalty and continued intention to use on mobile travel e-Commerce applications in the future.