

Analisis Pengaruh Desain Atribut terhadap Konversi Penggunaan Layanan Aplikasi Gofood dan Grabfood oleh Konsumen Muslim di Indonesia = Analysis of the Influence of Attributes Design to Conversion the Use of Gofood and Grabfood Application Services by Muslim Consumers in Indonesia

Athaya Vita Krisrana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517463&lokasi=lokal>

Abstrak

Pesatnya penggunaan aplikasi on demand menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perusahaan penyedia aplikasi yang dapat membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini ingin membahas salah satu layanan pesan antar makanan yang tersedia di masing-masing aplikasi tersebut yaitu Gofood dan Grabfood. Perkembangan layanan Gofood dan Grabfood yang pesat juga mempengaruhi pola konsumsi konsumen Muslim di Indonesia, sehingga cenderung untuk melakukan konversi. Kemudian penelitian ini ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konversi. Penelitian ini dilakukan mixed method dengan melakukan focus group discussion dan menyebarkan kuesioner. Berdasarkan hasil FGD terdapat variabel lain yang dianggap memberi pengaruh pada konversi yaitu desain pembayaran sehingga variabel laten yang diteliti pada penelitian ini diantaranya desain visual, desain informasi, desain navigasi, desain pembayaran, dan desain kolaborasi. Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan mengolah data kuesioner yang memiliki skala likert 1-7 menggunakan SPSS 28 dan SmartPLS 3.0. Dihadirkan bahwa desain informasi, desain navigasi, desain pembayaran dan desain kolaborasi mempengaruhi konversi penggunaan layanan Gofood dan Grabfood. Namun desain visual tidak mempengaruhi konversi penggunaan layanan Gofood dan Grabfood oleh konsumen Muslim di Indonesia.

.....The rapid use of on-demand applications is one of the factors influencing application provider companies that can assist consumers in meeting their daily needs. This study wants to discuss one of the food delivery services available in each of these applications, namely Gofood and Grabfood. The rapid development of Gofood and Grabfood services also affects the consumption patterns of Muslim consumers in Indonesia, so they tend to convert. Then this research wants to know the factors that affect the conversion. This research was carried out with a mixed method by conducting focus group discussions and distributing questionnaires. Based on the results of the FGD, there are other variables that are considered to have an influence on the conversion, namely payment design so that the latent variables studied in this study include visual design, information design, navigation design, payment design, and collaboration design. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) by processing questionnaire data which has a Likert scale of 1-7 using SPSS 28 and SmartPLS 3.0. The result is that information design, navigation design, payment design and collaboration design affect the conversion of Gofood and Grabfood service usage. However, the visual design does not affect the conversion of the use of Gofood and Grabfood services by Muslim consumers in Indonesia.