

Perancangan Rekomendasi Strategi untuk Peningkatan Keinginan Penggunaan dan Pembelian Ulang pada Aplikasi Mobile F&B = Driving Factors Analysis of the Continuance Intention and Brand Loyalty of the Mobile Food Ordering Application

Cindy Natasha Lalita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518448&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi dan internet berbanding lurus dengan meningkatnya pengguna internet dan aplikasi mobile. Hal ini menyebabkan persaingan di antara banyak perusahaan. Aplikasi seluler telah muncul sebagai jenis e-commerce yang berbeda yang menawarkan kenyamanan pengguna dengan menghemat waktu dan tenaga. Apalagi saat kita sedang mengalami pandemi, terjadi pergeseran perilaku pelanggan terhadap pesanan makanan dari offline ke online. Oleh karena itu, pemahaman terhadap analisis faktor pendorong aplikasi mobile sangat diperlukan. Menanggapi permasalahan tersebut, penelitian ini mengembangkan model konseptual, mengadopsi teori affordance-SDL dan TAM, serta menguji model dengan berfokus pada hasil continuance intention dan brand loyalty dari aplikasi mobile food. Sebuah survei dari 264 peserta dilakukan, dan data dianalisis menggunakan model persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM). Kontribusi utama dari hasil tersebut adalah temuan bahwa dari 10 hipotesis, 9 hipotesis diterima, dan 1 hipotesis ditolak dan 6 rekomendasi strategi teratas. Studi ini memberikan model penelitian tentang bagaimana nilai dan faktor pada aplikasi pemesanan makanan seluler mendorong orang untuk setia dan terus menggunakan aplikasi seluler secara teratur serta strategi rekomendasi.

.....The developing technology and the internet are directly proportional to the rise of internet users and mobile applications. This results in competitiveness among many companies. Mobile applications have arisen as a distinct type of e-commerce that offers users convenience by saving them time and effort. Moreover, as we are experiencing a pandemic, there is a shift in customers' behavior towards food orders from offline to online ordering. Thus, understanding the mobile application driving factors analysis is necessary. In response to this issue, this research is to develop a conceptual model, adopting the affordance-SDL theory and TAM, and also to test the model by focusing on the outcomes of the continuance intention and brand loyalty of the mobile food application. A survey of 264 participants was conducted, and the data were analyzed using the partial least squares structural equation model (PLS-SEM). The main contribution of the results is the finding that out of 10 hypotheses, 9 hypotheses are accepted, and 1 hypothesis is rejected and the top 6 strategies recommendation. This study provides a research model of how values and factors on mobile food ordering application drive people to be loyal and continuously use the mobile application regularly as well as the recommendation strategies.