

INTISARI

PENGARUH PERCEIVED TRUSTWORTHINESS, PERCEIVED CONVENIENCE DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP DIGITAL ATTITUDE DALAM KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI SERVICE ON DEMAND DI INDONESIA.

Oleh :

Muhammad Nashrul Umam

Nashrulumam8@gmail.com

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi Digital di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dengan munculnya berbagai aplikasi layanan on-demand. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mendapatkan berbagai layanan seperti transportasi, pengiriman makanan, dan layanan rumah tangga hanya melalui beberapa sentuhan di ponsel mereka. Namun, kemunculan aplikasi-aplikasi ini memicu beragam tanggapan dari masyarakat. Di satu sisi, banyak yang memberikan respons positif karena kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan, memungkinkan mereka memesan layanan kapan dan di mana saja dengan berbagai pilihan dalam satu aplikasi. Di sisi lain, terdapat juga tanggapan negatif, seperti keluhan mengenai harga yang lebih mahal dibandingkan layanan konvensional, serta kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi, terutama terkait informasi pribadi seperti nomor telepon yang harus dibagikan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kepercayaan, kenyamanan, dan harga apakah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui sikap Digital, populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Indonesia, dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan penyebaran kuesioner.