

Persepsi nilai konsumen dan faktor penentu loyalitas pada platform GO-FOOD = Value perception and determination of loyalty in GO-FOOD platform / Antonius Renaldi

Antonius Renaldi, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20492908&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini, model bisnis dengan menggunakan platform menjadi fondasi yang penting bagi perekonomian. Kesuksesan dari platform GO-FOOD dipandang sebagai kesuksesan dari bisnis model yang menggunakan platform. Akan tetapi, hanya ada beberapa platform yang bisa mengakumulasi banyak konsumen atau pemakai platform yang loyal terhadap platform tersebut. Ketika kesuksesan bergantung pada bagaimana pendekatan platform kepada konsumen, konsumen dalam jumlah besar dapat berdampak kepada kemajuan dari platform tersebut. Dalam riset ini, peneliti ingin mengetahui loyalitas terhadap platform GO-FOOD dari perspektif konsumen. Riset ini ingin menunjukkan bagaimana nilai yang ditawarkan oleh platform mempengaruhi persepsi nilai konsumen yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas terhadap platform GO-FOOD.

Platform-based business models such as GO-FOOD have become such an important pillar of today's economy. The success of GO-FOOD platform can be perceived as the success of the platform-based business model. However, only very few platforms are able to accumulate a large and loyal following of customers. When success relies upon customer engagement through the platform, a large user base can make or break this platform. In our research we approach this matter by examining the platform loyalty from a customer-centric perspective. We show the impact of different value perceptions for customer-to-customer-based platforms . By demonstrating how customer perception of emotional value and quality value and also price value drive the loyalty to the platform.