

ABSTRAK

Nama : Fiona Elifele

Program Studi : Kewirausahaan

Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Pesaing dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Intensi Perpindahan Konsumen Jasa Taksi Konvensional di DKI Jakarta

Taksi konvensional sudah mulai ditinggalkan karena teknologi transportasi online semakin meningkat. Oleh karena itu disinyalir terdapat perilaku perpindahan konsumen dari konvensional menuju online. Akan tetapi penelitian mengenai intensi perpindahan yang diaplikasikan pada taksi konvensional masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor perpindahan yang dipengaruhi oleh persepsi harga, daya tarik pesaing dan kebutuhan mencari variasi terhadap intensi perpindahan konsumen jasa taksi konvensional di DKI Jakarta. Untuk menjawab tujuan penelitian dan menguji hipotesis penelitian ini, maka digunakan metode *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square* dengan *software SmartPLS 2* sebagai alat analisis. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 130 responden yang merupakan konsumen jasa taksi konvensional di DKI Jakarta dengan menggunakan metode sampling kuota. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi harga dan daya tarik pesaing berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan, sedangkan kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan. Berdasarkan hasil tersebut maka taksi konvensional disarankan untuk menjaga keseimbangan antara manfaat dan kualitas yang diberikan dan meningkatkan persepsi harga dengan cara memberikan promosi harga. Selain itu disarankan juga untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan bersikap adil terhadap seluruh konsumen.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi, Daya Tarik Pesaing, Intensi Perpindahan

ABSTRACT

Name : Fiona Elifele

Study Program: Entrepreneurship

Title : Analysis the effect of perceived price, Alternative Attractiveness, and Variety Seeking towards Switching Intention of Conventional Taxi's Consumers in DKI Jakarta

Conventional taxis are starting to be abandoned because of the rising online transportation technology. Therefore, it is predicted that there is a switching intention in consumer behavior from conventional to online. However, the applied research about switching intention on conventional taxis is rare to be tested in Indonesia. Consequently, the purpose of this research is to identify factors of switching intention that are influenced by perceived price, alternative attractiveness, and variety seeking towards switching intention of conventional taxi service consumers in DKI Jakarta. To answer the research questions and test the hypotheses, the method of Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square is used, with the SmartPLS 2 software as an analytical tool. This research uses the method of quota sampling toward 130 respondents, which are consumers of conventional taxi services in DKI Jakarta. This research proves that perceived price and alternative attractiveness significantly influences switching intention. Based on these results, conventional taxis are recommended to maintain the balance between the benefit and quality provided and raise perceived price by giving price promotions. In addition, it is also recommended to improve the quality of service so as to increase consumer satisfaction and act justly towards all consumers.

Keywords: Perceived Price, Alternative Attractiveness, Variety Seeking, Switching Intention