

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang terbentuk, faktor yang dominan, dan faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat *driver* Go-Jek di Bandung untuk menggunakan aplikasi *mobile* Go-Jek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Responden penelitian yang digunakan adalah *driver* Go-Jek di Bandung, yang mana data penelitian didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 124 responden. Faktor pada penelitian ini berjumlah tujuh, yaitu *enjoyment*, *sustainability*, *altruistic*, *economic benefit*, *reputation*, *usefulness*, dan *social motivation*. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor, analisis deskriptif, dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis faktor diketahui bahwa terbentuk enam faktor baru secara berurutan, yaitu *positive affect*, *positive reputation*, *usefulness*, *social motivation*, *economic benefit*, dan *sustainability* yang keenam faktor tersebut dapat menjelaskan tujuh faktor asal dengan total persentase sebesar 71,837% kategori baik. Dari hasil analisis faktor tersebut juga dapat diketahui bahwa faktor *positive affect* merupakan faktor yang dominan dengan nilai *% of variance* sebesar 41,742%. Hasil analisis deskriptif diketahui bahwa keenam faktor tersebut berada pada kategori setuju dengan persentase sebesar 76,5%. Pada hasil analisis uji t diketahui bahwa faktor *social motivation* dan faktor *economic benefit* memiliki pengaruh signifikan secara parsial dengan nilai 3,421 dan 3,345. Dari hasil tersebut, peneliti menduga apabila tidak terdapat faktor *social motivation* dan faktor *economic benefit*, maka *driver* Go-Jek di Bandung mungkin saja akan memilih platform lain yang sejenis yang memiliki nilai sosial dan ekonomi.

Kata kunci: platform, aplikasi *mobile*, *driver* Go-Jek, minat