

ABSTRAK

Pengembangan teknologi selama bertahun – tahun adalah kunci utama untuk meningkatkan belanja *online*. Hasilnya, perbelanjaan produk dan jasa sudah bisa dilakukan secara *online* pada *mobile phone*. Hal ini menjadi adanya pengalaman dalam belanja *online* melalui *mobile phone* hampir menguasai seluruh pasar. Traveloka sebagai penguasa belanja travel online dengan pengunduhan aplikasi tertinggi, mempunyai peluang dan potensi besar dimasa depan untuk lebih berkembang lagi dan mampu bersaing dengan kompetitor sejenis.

Penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk mengetahui pengaruh ‘Appscape’ terhadap Adopsi Aplikasi *Mobile* dan *M-Loyalty* pada pengguna Aplikasi Traveloka di Indonesia. Menggunakan metode kuantitatif, menyebarkan kuisioner kepada 400 responden. Menggunakan skala *likert* dengan jenis *quota sampling*. Teknik analisis data dengan *Structural Equation Model* diolah dengan SmartPLS versi 3.0.

Hasil penelitian ini menyatakan, seluruh dimensi ‘Appscape’ berpengaruh secara positif signifikan terhadap *perceived ease of use*. *Coherence* dan *legibility* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment*. *Perceived ease of use* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment*. seluruh dimensi adopsi aplikasi *mobile* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *M-Loyalty*. *Perceived Usefulness* memediasi secara signifikan hubungan antara *legibility* dengan *m-loyalty*. *Perceived Ease of Use* memediasi secara signifikan hubungan *coherence* dan *legibility* dengan *m-loyalty*. *Perceived Enjoyment* memediasi secara signifikan hubungan *coherence* dan *legibility* dengan *m-loyalty*. *Complexity* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment*. *Perceived Usefulness* tidak memediasi hubungan *complexity* dan *coherence* dalam ‘Appscape’ dengan *m-loyalty*. *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Enjoyment* tidak memediasi hubungan *complexity* dengan *m-loyalty*.

Kata kunci: *Appscape*, *M-Loyalty*, *Travel Application*, *M-commerce*, SEM-PLS