

## ABSTRAK

Lebih dari 50 % atau sekitar 171 juta orang telah terhubung jaringan internet, begitu menurut laporan tahun 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Meningkatnya penggunaan internet membuat banyak peluang bisnis yang menggunakan internet, salah satunya adalah bisnis transportasi online. Bisnis transportasi online pun kini telah berkembang pesat, banyak para pemain bisnis tersebut memberikan banyak fitur, layanan, serta manfaat kepada konsumennya, akan tetapi kenyataannya tidak semua manfaat dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu pentingnya sebuah perusahaan mengetahui manfaat yang mendorong konsumen dalam menggunakan aplikasi GO-JEK.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam menggunakan aplikasi GO-JEK di kota Bandung. Metode yang digunakan adalah analisis penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling (purposive sampling)*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji analisis faktor. Sampel penelitian ini adalah 100 orang yang telah menggunakan aplikasi GO-JEK yang berada di kota Bandung. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner, wawancara, dan studi pustaka. Adapun dimensi yang diukur adalah Ketersediaan, Aksesibilitas, Informasi, Waktu, Kenyamanan, Keamanan, dan Pelayanan Pelanggan.

Hasil dari analisis deskriptif adalah nilai tertinggi dari dimensi tersebut dimiliki oleh dimensi Aksesibilitas, nilai terendah dari dimensi tersebut dimiliki oleh dimensi Waktu. Hasil dari analisis faktor adalah yang paling mendominasi dalam mendorong konsumen untuk menggunakan aplikasi GO-JEK adalah faktor Keamanan dengan nilai sebesar 0,789, dan faktor yang paling rendah pengaruhnya dalam mendorong konsumen untuk menggunakan aplikasi GO-JEK adalah faktor Pelayanan Pelanggan dengan nilai 0,586.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Aplikasi GO-JEK, Analisis Faktor.