

**MENGEKSPLORASI *PERCEIVED EASE OF USE* DAN LITERASI
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAYANAN JASA GOJEK**

Deasy Lestary Kusnandar¹⁾ dan Lucky Radi Rinandiyana²⁾
Universitas Siliwangi
Email : *deasylestary@unsil.ac.id*¹, *luckyradi@unsil.ac.id*²

ABSTRACT

Disruptif innovation era sustain the development of various services facilitate consumers. Base of technology, enabling new products to offer something new and different things with lower levels of ease and cost. However, new technologies often have difficulty receiving acceptance in society. Uneven of information technology literacy becomes a challenge for the company.

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, technology literacy on purchasing decisions GOJEK transportation services in Tasikmalaya. The sample size is 100 respondents of consumers of GOJEK in Tasikmalaya. This study use Multiple Regression Analysis.

Based on the results of hypothesis testing are known perceived ease of use and word of mouth influence on purchasing decisions simultaneously and partially.

Keywords : perceived ease of use, word of mouth and purchase decision

ABSTRAK

Era inovasi disruptif saat ini memungkinkan berkembangnya berbagai pelayanan jasa yang memudahkan konsumen. Dengan basis teknologi, memungkinkan produk untuk menawarkan hal baru dan berbeda dengan tingkat kemudahan dan biaya yang semakin murah. Akan tetapi, teknologi baru seringkali mengalami kesulitan penerimaan di masyarakat. Belum meratanya tingkat literasi teknologi informasi menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, literasi teknologi terhadap keputusan pembelian layanan jasa transportasi GOJEK di Kota Tasikmalaya. Sampel yang digunakan adalah konsumen GOJEK Kota Tasikmalaya. Data telah diolah menggunakan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *perceived ease of use*, literasi teknologi, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian GOJEK, secara simultan dan parsial.

Kata kunci : *perceived ease of use*, literasi teknologi, keputusan pembelian.