

Dewi Ambarrina, 2019. **Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Mengunduh Aplikasi dari Perusahaan *Startup* pada *Google Play Store* dengan Menggunakan *Social Learning Theory* (SLT)**. Skripsi ini di bawah bimbingan Army Justitia, S. Kom., M. Kom. dan Indra Kharisma Raharjana, S.Kom., M.T., Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga, Surabaya.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cepat berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan banyaknya *startup digital* yang muncul. Dari banyaknya *startup* yang muncul, sudah banyak *startup* yang telah berhasil membuktikan kesuksesannya. Namun tidak sedikit juga *startup* yang tidak mampu bertahan untuk bersaing dengan kompetitornya. *Startup* tidak mampu bertahan karena produk yang dihasilkan tidak mampu menarik konsumen. Maka dari itu, niat pengguna untuk membeli atau mengunduh aplikasi merupakan salah satu kunci keberhasilan *startup digital*. Solusi untuk permasalahan ini dimulai dengan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengunduh aplikasi dari perusahaan *startup*. Penelitian ini menerapkan *Social Learning Theory* (SLT) untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk mengunduh aplikasi dari perusahaan *startup*. Analisis data dan model penelitian diuji menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM) menggunakan 216 tanggapan yang dianggap memenuhi kriteria penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa *learning from forums and communities* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian kognitif maupun penilaian afektif, sedangkan *learning from ratings and reviews* memiliki pengaruh yang signifikan hanya pada penilaian kognitif saja, dan *learning from social recommendation* hanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian afektif pelanggan saja. Dan pada akhirnya, penilaian kognitif dan penilaian afektif secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk mengunduh aplikasi dari perusahaan *startup*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel kontrol yang diujikan (jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan) secara signifikan tidak mempengaruhi niat konsumen untuk mengunduh aplikasi dari perusahaan *startup*. Hasil dan temuan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada strategi pemasaran perusahaan *startup* untuk menarik minat konsumen.

Kata Kunci: *Google Play Store*, Niat untuk mengunduh, *Social Learning Theory*, *Startup digital*.

Dewi Ambarrina, 2019. Analysis of Factors Affecting Consumer Decisions to Download Application from Startup Companies on Google Play Store with Social Learning Theory (SLT) . This thesis was written under the supervision of Army Justitia, S. Kom., M. Kom. and Indra Kharisma Raharjana, S.Kom., M.T., Bachelor Degree Information System Study Program, Faculty of Science and Technology, Airlangga University.

ABSTRACT

The rapid technological developments have an impact on economic growth that indicated by the number of digital startups that have emerged. From many startups that have emerged, many startups have succeeded in proving their success. But there are also many startups that can't survive to compete with other competitors. Startups can't survive because startup produces the products that can't attract consumers. Therefore, the intention of consumer to download or buy the application is one of digital startup success factors. The solution for this problem starts with identifying factors that influence consumer decisions to download applications from startup companies. This research applies Social Learning Theory (SLT) to identify factors that influence consumer intention to download applications from startup companies. Data analysis and research models were tested using the Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) method using 216 responses that were considered to meet the research criteria. The analysis shows that learning from forums and communities has a significant influence on cognitive appraisal and affective appraisal, while learning from ratings and reviews has a significant influence only on cognitive appraisal only, and learning from social recommendation only has a significant effect on customer affective appraisal only. And in the end, cognitive appraisal and affective appraisal significantly influence consumer intention to download applications from startup companies. The results of the study also showed that the control variables tested (gender, age, education, and occupation) significantly did not affect consumers' intention to download applications from startup companies. The results and findings are expected to contribute to the marketing strategies of startup companies to attract consumer interest.

Keywords: *Digital Startup, Download Intention, Google Play Store, Social Learning Theory.*