

Platform Layanan Ekonomi Berbagi: Studi Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Keberlanjutan Penggunaan dengan Religiusitas sebagai Moderasi

Syafira Amanda¹ dan Nurma Sari²

¹Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Aceh, Indonesia

syafira.amanda16@gmail.com

²Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pusat Riset Ekonomi Keuangan dan Perbankan Islam (EKUBI) Universitas Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Aceh, Indonesia

nurmasari@unsyiah.ac.id

Abstract

In the past decade, the changing needs of consumers and technological advances have occurred, so that the sharing economy can develop rapidly in many industries. This study aims to measure the effects of service quality and trust toward the continuance intention of sharing economy service platforms moderated by the religiosity variable. The subject of research is the undergraduate students of Syiah Kuala University in Banda Aceh with a sample data that collects 100 respondents using the proportionate stratified random sampling method. The research was conducted partially and simultaneously. Collected data were analyzed using multiple linear regression analysis and moderated regression analysis. The results show that service quality and trust had significant simultaneous and partial effects on the continuance intention of sharing economy service platforms. Next, religiosity negatively moderates the relationship of trust towards the continuance intention of sharing economy service platforms in Banda Aceh City.

Keywords: *Sharing Economy Service Platforms, Continuance Intention, Service Quality, Trust, Religiosity*

Abstrak

Dalam satu dekade terakhir, perubahan kebutuhan konsumen dan kemajuan teknologi terjadi, sehingga ekonomi berbagi dapat berkembang pesat pada banyak industri. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi dimoderasi variabel religiusitas. Adapun subjek penelitian pada mahasiswa/i aktif Universitas Syiah Kuala di Kota Banda Aceh pada jenjang pendidikan sarjana atau S1 dengan sampel berjumlah 100 responden menggunakan metode *proportionate stratified random sampling*. Penelitian dilakukan secara parsial dan simultan. Teknik analisis data yang digunakan berupa analisis regresi linier berganda dan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi. Selain itu religiusitas memoderasi secara negatif hubungan kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi di Kota Banda Aceh.

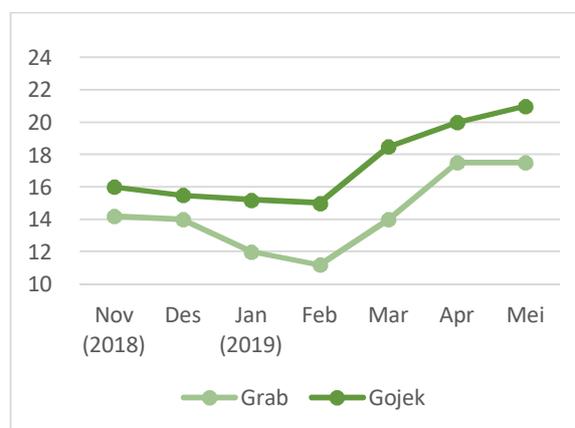
Kata Kunci: Platform Layanan Ekonomi Berbagi, Keberlanjutan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Religiusitas

PENDAHULUAN

Ekonomi berbagi merupakan sebuah revolusi yang disebabkan cara penggunaan barang dan jasa oleh konsumen (Arteaga-Sánchez et al., 2020). Dalam satu dekade terakhir, perubahan kebutuhan konsumen dan kemajuan teknologi terjadi, sehingga ekonomi berbagi hadir dan dapat berkembang secara pesat pada banyak industri (Kumar et al., 2018; Zhu et al., 2017). Ekonomi berbagi berfokus memfasilitasi pembagian atau penyewaan ruang, aset, dan tenaga kerja secara *real time*. Modal dalam ekonomi berbagi dapat diraih dengan berkerjasama, yaitu mengumpulkan pihak-pihak memiliki aset tidak terpakai. Adanya platform layanan semakin memudahkan untuk mempertemukan kedua belah pihak, antara pihak memiliki aset menganggur dan konsumen memerlukan layanan. Dengan mengakses layanan dari mana dan kapan saja menggunakan aplikasi pada *smartphone* cukup dengan biaya transaksi rendah (Chang & Wang, 2018; Ganapati & Reddick, 2018). Oleh karena itu, terjadinya peningkatan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi sebagai cara yang fleksibel dalam mengembangkan ekonomi berbagi (Chang & Wang, 2018; Ganapati & Reddick, 2018; Kumar et al., 2018).

Di Indonesia telah berdiri perusahaan-perusahaan start-up konsep ekonomi berbagi yang diadaptasi ke platform layanan seperti, Gojek dan Grab. Platform layanan ekonomi berbagi ini menjadi tren dan berkembang pesat. Gojek dan Grab tidak jarang dikatakan sebagai raja pasar dalam ekonomi berbagi dan bersaing ketat untuk mendapatkan sebanyak mungkin konsumen berlangganan. Sesuai artikel yang ditulis oleh Hamdani (2019) dengan data yang dilansir dari Nikkei menyebutkan jumlah pengguna aktif bulanan Gojek mencapai hampir 22 juta pengguna per bulan. Sementara Grab mencapai angka pengguna sebesar 18 juta pengguna per bulannya. Jumlah pengguna aktif bulanan Gojek dan Grab di Indonesia dapat dilihat pada Grafik 1.

Grafik 1. Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Gojek dan Grab di Indonesia (jutaan)



Sumber: Hamdani (2019) (Diolah)

Dalam dunia bisnis, penerimaan awal konsumen dalam menggunakan layanan adalah langkah pertama menuju keberhasilan, namun konsumen yang tetap melanjutkan penggunaan layanan adalah yang paling penting untuk keberlanjutan keberlangsungan bisnis (Wu, 2013). Keberlanjutan penggunaan adalah kemauan dan aksi konsumen dalam mengkonsumsi ulang produk atau jasa dikarenakan sesuai ekspektasi konsumen yang memuaskan (Astarina et al., 2017). Keberlanjutan penggunaan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan platform layanan ekonomi berbagi itu sendiri. Hal ini bisa ditinjau dari fenomena tutupnya bisnis Uber di Indonesia pada tahun 2018.

Uber merupakan platform layanan ekonomi berbagi pertama dan populer di Indonesia. Perusahaan ini harus kalah bersaing menghadapi perusahaan, seperti Gojek dan Grab yang mengakar lebih kuat di masyarakat (Wanda, 2018). Selain itu, faktor yang menyebabkan Uber gagal adalah tidak akomodatif diantaranya harga yang mahal dan pengemudi yang sering membatalkan layanan, sehingga Uber memiliki layanan yang buruk. Uber juga tidak dapat bersaing dengan Grab yang berekspansi lebih cepat dengan iklan, promosi, dan lokalisasi layanan, sedangkan

Gojek sebagai produk dalam negeri dengan pertumbuhan cepat dan dominan dalam menyediakan berbagai layanan inovatif (Davis, 2018).

Beberapa penelitian yang dilakukan tentang keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi (Arteaga-Sánchez et al., 2020; Boar et al., 2020; Chang & Wang, 2018; Cheng, 2021; Dabbous & Tarhini, 2019; Kumar et al., 2018; Shao et al., 2020; Shao & Ge, 2018; Tsou et al., 2019; Wang et al., 2020; Weng et al., 2020). Namun, di Indonesia sendiri penggunaan istilah ekonomi berbagi masih jarang digunakan, meskipun ekonomi berbagi sudah hadir sejak 2010 lalu. Masyarakat Indonesia lebih mengenal contoh ekonomi berbagi sendiri, seperti Gojek, Grab, Maxim, dan Airbnb. Hal ini menyebabkan masih sedikitnya penelitian tentang ekonomi berbagi di Indonesia, sehingga penulis tertarik dalam membahas ekonomi berbagi secara menyeluruh.

Keberlanjutan penggunaan dari konsumen untuk terus berpartisipasi dalam ekonomi berbagi adalah salah satu faktor terpenting yang memengaruhi profitabilitas perusahaan (Abbas & Hamdy, 2015). Begitu juga kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi. Selain itu, terlepas dari pentingnya praktis mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan, masih terdapat kekurangan studi kuantitatif yang menjelaskan faktor religiusitas konsumen yang mengarah pada keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi.

Penelitian ini berfokus pada lokasi di Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa perguruan tinggi besar dan memiliki ribuan mahasiswa. Pada penelitian ini penulis memilih mahasiswa Universitas Syiah Kuala sebagai subjek penelitian. Didukung oleh kelompok usia pada mahasiswa adalah tergolong muda dan sudah tidak asing dalam menggunakan internet dan *smartphone*, sehingga mahasiswa sering membutuhkan

platform layanan ekonomi berbagi, seperti transportasi.

Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana kualitas layanan, kepercayaan, dan religiusitas dapat mempengaruhi konsumen untuk terlibat dalam keberlanjutan penggunaan. Penelitian ini berfokus pada platform layanan ekonomi berbagi secara menyeluruh dengan mengadaptasi dan mengembangkan modifikasi variabel, seperti religiusitas. Pembahasan tulisan berupa analisis empiris tentang faktor-faktor kualitas layanan dan kepercayaan yang dimoderasi oleh religiusitas dalam mendorong keberlanjutan penggunaan konsumen untuk menggunakan platform layanan ekonomi berbagi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi adalah seluruh mahasiswa/i aktif di tahun 2021 pada jenjang pendidikan sarjana atau S1 dari Universitas Syiah Kuala (USK) di Kota Banda Aceh sebanyak 22.997 mahasiswa. Diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus slovin. Selanjutnya, jumlah sampel yang diperoleh dibagi menjadi 12 fakultas pada USK menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*, yaitu teknik sampel yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Perhitungan jumlah populasi dan sampel berdasarkan rumus *proportionate stratified random sampling* dapat dilihat pada Tabel 1.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala *likert* dalam bentuk interval dengan 5 kategori pilihan, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS=1), Tidak Setuju (TS=2), Cukup Setuju (CS=3), Setuju (S=4), dan Sangat Setuju (SS=5) yang dibagikan kepada kalangan mahasiswa berbentuk *online*. Teknik analisis data dalam penelitian ini berupa analisis regresi linier berganda dan analisis regresi moderasi menggunakan *software* statistik.

**Tabel 1. Jumlah Sampel Berdasarkan Perhitungan Menggunakan
Proportionate Stratified Random Sampling**

No.	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Sampel
1.	Ekonomi dan Bisnis	2.270	$n = \frac{2270}{22997} \times 100 = 9,8 = 10$
2.	Kedokteran Hewan	825	$n = \frac{825}{22997} \times 100 = 3 = 3$
3.	Hukum	1.532	$n = \frac{1532}{22997} \times 100 = 6,6 = 7$
4.	Teknik	3.726	$n = \frac{3726}{22997} \times 100 = 16 = 16$
5.	Pertanian	2.802	$n = \frac{2802}{22997} \times 100 = 12,1$ $= 12$
6.	KIP	5.942	$n = \frac{5942}{22997} \times 100 = 25,8$ $= 26$
7.	Kedokteran	784	$n = \frac{784}{22997} \times 100 = 3,4 = 3$
8.	MIPA	1.938	$n = \frac{1938}{22997} \times 100 = 8,4 = 8$
9.	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	1.721	$n = \frac{1721}{22.997} \times 100 = 7,4 = 7$
10.	Kelautan dan Perikanan	1.118	$n = \frac{1118}{22997} \times 100 = 4,8 = 5$
11.	Keperawatan	570	$n = \frac{570}{22997} \times 100 = 2,4 = 2$
12.	Kedokteran Gigi	219	$n = \frac{219}{22997} \times 100 = 0,9 = 1$
Jumlah		22.997	100

Sumber: Data diolah (2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas semua item pertanyaan untuk variabel dependen, yaitu Keberlanjutan Penggunaan dan variabel independen, yaitu Kualitas Layanan dan Kepercayaan, serta variabel moderasi, yaitu Religiusitas mempunyai nilai korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0,1966. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini sudah valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai alpha cronbach pada semua variabel melebihi standar alpha cronbach, yaitu 0,60. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dari setiap variabel layak digunakan untuk melanjutkan penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan sebagai variabel independen terhadap keberlanjutan penggunaan sebagai variabel dependen secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Standardized Coefficients Beta
Kualitas Layanan	0,256
Kepercayaan	0,455

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Penggunaan

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Melalui hasil perhitungan statistik pada Tabel 2, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Kp = 0,256 Kl + 0,455 Kc$$

Uji Statistik t (Parsial)

Uji statistik t untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Statistik t

Model	t	Sig.
Kualitas Layanan	2.012	0,047
Kepercayaan	3.577	0,001

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Penggunaan

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Adapun hasil uji hipotesis secara parsial terhadap kualitas layanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,047. Adapun untuk perbandingan nilai t_{hitung} adalah nilai t_{hitung} sebesar 2,012 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Oleh karena itu, terdapat pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap keberlanjutan penggunaan. Selanjutnya, terhadap kepercayaan memiliki nilai Sig. adalah sebesar 0,001. Adapun untuk perbandingan nilai t_{hitung} 3,577 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Oleh karena itu, terdapat pengaruh signifikan dari kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan.

Uji F (Simultan)

Adapun hasil uji hipotesis secara simultan (F) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji F

Model	F	Sig.
Regression	41,458	0,000

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai Sig. adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka kualitas layanan dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi.

Analisis Regresi Moderasi

Analisis pengaruh religiusitas sebagai variabel moderasi dalam mempengaruhi kepercayaan sebagai variabel independen terhadap keberlanjutan penggunaan sebagai variabel dependen secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis Regresi Moderasi

Model	Standardized Coefficients Beta
Kepercayaan	1,379
Religiusitas	0,751
Kepercayaan* Religiusitas	-1,329

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Penggunaan

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Melalui hasil perhitungan statistik seperti pada Tabel 5, maka diperoleh persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$Kp = 1,379 Kc + 0,751 Rg - 1,329 Kc * Rg$$

Uji Hipotesis

Uji hipotesis atau uji statistik t untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Statistik t

Model	t	Sig.
Kepercayaan	4,198	0,000
Religiusitas	2,709	0,008
Kepercayaan* Religiusitas	-2,512	0,014

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Penggunaan

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Adapun hasil uji hipotesis secara parsial terhadap kepercayaan memiliki nilai Sig. adalah sebesar 0,000. Hasil nilai

t_{hitung} sebesar 4,198 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Selanjutnya, terhadap religiusitas memiliki nilai Sig. adalah sebesar 0,008. Hasil nilai t_{hitung} 2,709 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Begitu juga, terhadap kepercayaan*religiusitas memiliki nilai Sig. adalah sebesar 0,014. Hasil nilai t_{hitung} -2,512 > nilai t_{tabel} sebesar -1,984. Oleh karena itu, terdapat pengaruh signifikan dari kepercayaan*religiusitas terhadap keberlanjutan penggunaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas layanan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 25,6 persen terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi di Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian pada kualitas layanan mengungkapkan 2 implikasi. Pertama, jika pendukung layanan dapat meningkatkan layanan mereka yang lebih tepat waktu, maka konsumen dapat merasakan efektivitas dan kemudahan platform tersebut. Kedua, pendukung layanan harus dapat mempertahankan platform mereka dalam memberikan tanggapan yang cepat karena mempengaruhi keberlanjutan penggunaan konsumen. Oleh karenanya penting bagi perusahaan platform menjaga kualitas layanan guna mempertahankan keberlangsungan penggunaan layanan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cheng (2021), menyatakan kualitas pelayanan online memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menunjukkan niat keberlanjutan penggunaan layanan ekonomi berbagi.

Pengaruh kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi

Kepercayaan dalam penelitian ini memiliki hasil yang berpengaruh positif dan signifikan sebesar 45,5 persen terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi di Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian pada kepercayaan

mengungkapkan 2 implikasi. Pertama, kepercayaan merupakan faktor yang terkuat dalam mempengaruhi keberlanjutan penggunaan dibandingkan kualitas layanan. Hasil ini menyiratkan bahwa konsumen yang percaya adalah pendorong utama keberlanjutan penggunaan karena mereka sudah yakin ketika mereka mencoba layanan tersebut dan terus berlangganan. Kedua, pendukung layanan harus meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan memberikan edukasi atau pengetahuan lebih tentang layanan tersebut terutama dalam segi keagamaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dabbous & Tarhini (2019) yang dalam penelitiannya kepercayaan menjadi pendorong utama niat untuk terlibat dalam perilaku konsumsi yang berkelanjutan.

Pengaruh Moderasi Religiusitas

Religiusitas sebagai variabel moderator dalam penelitian ini memiliki hasil yang berpengaruh negatif dan signifikan sebesar 132,9 persen terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian pada religiusitas mengungkapkan 2 implikasi. Pertama, konsumen platform layanan ekonomi berbagi dengan tingkat religiusitas yang lebih rendah, maka pengaruh kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan justru lebih tinggi. Artinya, religiusitas memperlemah hubungan antara kepercayaan dan keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi. Hal ini dapat terjadi dikarenakan layanan platform yang tersedia masih di dominasi oleh konvensional sehingga pengguna yang memiliki tingkat religiusitas tinggi sangat berhati-hati dalam memilih dan menggunakan layanan platform tersebut.

Diharapkan kedepannya akan banyak lahir platform layanan ekonomi berbagi dengan prinsip Syariah. Kedua, walaupun pemahaman terhadap religiusitas rendah, konsumen tetap percaya pada platform layanan ekonomi berbagi dan akan menggunakan layanan tersebut secara terus menerus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berubahnya pola perilaku konsumsi

tidak terlepas dari berkembangnya teknologi, hadirnya platform ekonomi berbagi secara langsung maupun tidak memberikan kontribusi pada perubahan perilaku konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi. Secara bersama-sama kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi di Kota Banda Aceh. Sedangkan religiusitas memoderasi secara negatif dan signifikan hubungan antara kepercayaan terhadap keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi.

Saran

Sesuai dengan kesimpulan yang telah diuraikan, maka beberapa saran yang dapat dirangkum sebagai berikut: (1) Bagi pihak perusahaan platform layanan ekonomi berbagi

dapat terus mempertahankan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen untuk keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi. (2) Bagi pihak perusahaan platform layanan ekonomi berbagi sebagai pendukung layanan dapat menjaga dan mempertahankan kemitraan dengan penyedia layanan agar mendapat kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan tersebut. (3) Bagi peneliti selanjutnya dapat menguji menggunakan variabel lain selain pada penelitian ini agar menambah wawasan lebih terhadap apa yang menjadi pengaruh keberlanjutan penggunaan platform layanan ekonomi berbagi lainnya. (4) Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih dalam lagi perihal religiusitas atau hubungan dalam agama Islam tentang platform layanan ekonomi berbagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, H. A., & Hamdy, H. I. (2015). Determinants of continuance intention factor in Kuwait communication market: Case study of Zain-Kuwait. *Computers in Human Behavior*, 49, 648–657. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.035>
- Arteaga-Sánchez, R., Belda-Ruiz, M., Ros-Galvez, A., & Rosa-Garcia, A. (2020). Why continue sharing: Determinants of behavior in ridesharing services. *International Journal of Market Research*, 62(6), 725–742. <https://doi.org/10.1177/1470785318805300>
- Astarina, I. G. A., Ayu, I. G., Giantari, K., Nyoman, N., & Yasa, K. (2017). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Jasa Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(5), 2308–2334.
- Boar, A., Bastida, R., & Marimon, F. (2020). A systematic literature review. Relationships between the sharing economy, sustainability and sustainable development goals. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17). <https://doi.org/10.3390/SU12176744>
- Chang, W. L., & Wang, J. Y. (2018). Mine is yours? Using sentiment analysis to explore the degree of risk in the sharing economy. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 141–158. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.01.014>
- Cheng, Y. M. (2021). Why do customers intend to continue using internet-based sharing economy service platforms? Roles of network externality and service quality. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 128–152. <https://doi.org/10.1108/JABS-05-2019-0142>
- Dabbous, A., & Tarhini, A. (2019). Assessing the impact of knowledge and perceived economic benefits on sustainable consumption through the sharing economy: A sociotechnical approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 149(October), 119775. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119775>
- Davis, J. (2018). *The Real Story Behind Uber's Exit from Southeast Asia*. <https://knowledge.insead.edu/entrepreneurship/the-real-story-behind-ubers-exit-from-southeast-asia-10096>
- Ganapati, S., & Reddick, C. G. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. *Government Information Quarterly*, 35(1), 77–87. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.01.001>
- Hamdani, L. A. (2019). *Gojek rebranding, dan*

- kalahkan Grab soal pengguna aktif bulanan. <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan-b1Xj29eZz>
- Kumar, V., Lahiri, A., & Dogan, O. B. (2018). A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69(August), 147–160. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.021>
- Shao, Z., & Ge, C. (2018). Impact of service quality on individuals' continuance intention of the bicycle-sharing application. *Proceedings of the 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems - Opportunities and Challenges for the Digitized Society: Are We Ready?, PACIS 2018*.
- Shao, Z., Li, X., Guo, Y., & Zhang, L. (2020). Influence of service quality in sharing economy: Understanding customers' continuance intention of bicycle sharing. *Electronic Commerce Research and Applications*, 40, 100944. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100944>
- Tsou, H. T., Chen, J. S., Chou, C. Y., & Chen, T. W. (2019). Sharing economy service experience and its effects on behavioral intention. *Sustainability (Switzerland)*, 11(18), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su11185050>
- Wanda, P. (2018). Belajar dari “Runtuhnya” Uber di Asia Tenggara. <https://news.detik.com/kolom/d-3954778/belajar-dari-runtuhnya-uber-di-asia-tenggara>
- Wang, Y., Asaad, Y., & Filieri, R. (2020). What Makes Hosts Trust Airbnb? Antecedents of Hosts' Trust toward Airbnb and Its Impact on Continuance Intention. *Journal of Travel Research*, 59(4), 686–703. <https://doi.org/10.1177/0047287519855135>
- Weng, J., Hsieh, Y. C., Adnan, M. Z., & Yi, L. H. (2020). The motivation for Muslim customers' participation in the sharing economy. *Resources, Conservation and Recycling*, 155(October 2019), 104554. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104554>
- Wu, I. L. (2013). The antecedents of customer satisfaction and its link to complaint intentions in online shopping: An integration of justice, technology, and trust. *International Journal of Information Management*, 33(1), 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.09.001>
- Zhu, G., So, K. K. F., & Hudson, S. (2017). Inside the sharing economy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2218–2239. <https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2016-0496>