

# PENGARUH KENYAMANAN DAN MANFAAT EKONOMI TERHADAP KONSUMSI KOLABORASI PADA MITRA REDDOORZ DI BANDUNG UTARA

Refany Sutardi<sup>1</sup>, Rizki Zulfikar<sup>2</sup>

[refani.sutardi96@gmail.com](mailto:refani.sutardi96@gmail.com)<sup>1</sup>, [rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id](mailto:rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id)<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

## ABSTRACT

*This study aims to determine the enjoyment, economic benefits and collaborative consumption and to determine the correlation of enjoyment and economic benefits in collaborative consumption on RedDoorz. The sampling method that used are probability sampling and sampling area. Consisting of 47 respondents. While the analytical method in this study are uses descriptive and verification analysis consisting of multiple regression, coefficient determination and hypothesis testing. The results of the study based on descriptive analysis showed respondents had good enjoyment, economic benefits and collaborative consumption. While verification analysis shows that enjoyment has a significant influence on collaborative consumption as well as economic benefits. The two variables are also have a significant effect on collaborative consumption in simultan.*

**Keyword :** *Enjoyment, Economic Benefits, Collaborative Consumption*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kenyamanan, manfaat ekonomi dan konsumsi kolaboratif serta untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, manfaat ekonomi terhadap konsumsi kolaboratif pada RedDoorz. Dengan metode penarikan sample yang digunakan adalah sampling probability dan sampling area. Terdiri dari 47 responden. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif juga verifikatif yang mana terdiri dari regresi berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memiliki kenyamanan, manfaat ekonomi dan konsumsi kolaboratif yang baik. Sedangkan analisis verifikatif menunjukkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi kolaboratif secara parsial begitupun dengan manfaat ekonomi. Secara simultan kedua variabel pun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi kolaboratif.

**Kata Kunci :** *Kenyamanan, Manfaat Ekonomi, Konsumsi Kolaboratif*

## PENDAHULUAN

Dalam berbisnis selalu berkaitan dengan perkembangan zaman. Globalisasi salah satunya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara masal yang terjadi di dalam globalisasi menyebabkan cepatnya perubahan dinamika masyarakat secara massal. Revolusi pun salah merupakan salah satu fenomena yang dibawa oleh globalisasi. Revolusi merupakan perubahan corak sosial dan kebudayaan serta kebiasaan masyarakat yang menyangkut pada

dasar-dasar kehidupan. R.I 4.0 atau Revolusi Industri 4.0 merupakan perubahan corak sosial masyarakat secara singkat dalam kegiatan ekonomi industri terkait segala sektor ekonomi industri. Dalam penelitian Prasetyo (2018) dinyatakan bahwa revolusi industri telah terjadi sebanyak empat kali pertama pada tahun 1784 yang diawali dengan mesin uap. Kedua pada abad ke 19 dimana mesin-mesin industri beralih dari uap ke listrik. Ketiga terjadi ketika industri mulai menggunakan mesin-mesin yang terotomatisasi menggunakan komputer. Dewasa ini industri-industri mulai berfokus pada teknologi sensor, interkoneksi dan analisis data yang terintegrasi dengan teknologi internet. Hal demikian yang membawa revolusi pada masa ke empatnya. Kemajuan teknologi baru yang terintegrasi antara dunia fisik, digital dan biologis telah mempengaruhi segala aspek kehidupan termasuk dunia bisnis. Prasetyo (2018) menambahkan meski memiliki banyak manfaat, namun revolusi pun memiliki tantangan yang harus dihadapi. Terdapat kesenjangan yang cukup besar antara kondisi yang diharapkan oleh R.I 4.0 yaitu adanya keengganan perusahaan dalam menerapkan industri 4.0 karena rasa khawatir akan ketidak pastian dan ketidak mampuan sumber daya yang ada dalam memanfaatkan teknologi. Namun demikian pebisnis mau tidak mau harus tetap harus mengikuti perkembangan zaman atau mereka akan tertinggal jauh. Terdapat berbagai macam sektor dalam berbisnis. Salah satunya adalah sektor jasa. Dalam penelitiannya Muhammad Iffan (2018) memaparkan bahwa sektor jasa merupakan sektor terbesar dari perekonomian Indonesia, dimana sebagian dari perekonomian kota Bandung pun ditopang oleh aktivitas ekonomi pada sektor jasa. Muhammad Iffan (2018) menambahkan mutu layanan jasa sangatlah bergantung pada proses penyampaian jasa pada konsumen. Dimana Trustorini (2013) memaparkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana suatu gagasan beralih dari sumber komunikasi pada penerima komunikasi. *Online Travel Agent* (OTA) merupakan jaringan hotel yang bertujuan untuk membantu para pengusaha dalam proses peralihan gagasan dari pengusaha pada konsumen yang dibantu oleh teknologi. Kegiatan yang selama ini mereka khawatirkan juga proses yang cukup utama dalam sektor jasa. Salah satu dari OTA ini adalah RedDoorz, jaringan hotel yang berdiri pada tahun 2015.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kenyamanan**

Setiap individu memiliki alasannya tersendiri dalam bertidak, hal inilah yang disebut dengan motivasi menurut Graves (2012). Jhonstone & Jhonstone dalam Graves (2012) menyatakan bahwa kenyamanan dalam bekerja merupakan tingkatan dimana individu menemukan bahwa pekerjaan itu sendiri adalah suatu yang menarik dan menyenangkan. Moghavvemi (2016) dalam penelitiannya memaparkan bahwa kenyamanan merupakan tingkatan dimana seseorang berpartisipasi dalam sebuah kegiatan karena kegiatan yang dihasilkan menyenangkan, nyaman dan bebas tanpa adanya rasa tertekan dimana hal ini merupakan faktor yang menentukan tujuan dari keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan.

Dalam penelitiannya Moghavvemi (2016) menyatakan bahwa terdapat tiga indikator dari kenyamanan. Yang mana ketiga indikator tersebut adalah :

1. Kemudahan
2. Suka Rela
3. Kebebasan

## **Manfaat Ekonomi**

Manfaat ekonomi merupakan manfaat yang dapat diklasifikasikan dalam bentuk uang yang dihasilkan menurut Kallie Wells (2015). Manfaat ekonomi pun dapat berupa pendapatan bersih, pendapatan, dll. Ini juga dapat berupa uang. Bagaimana seseorang mengukur manfaat ekonomi benar-benar tergantung pada apa yang dia analisis. Zach W.Y Lee (2016) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa manfaat ekonomi merupakan motivasi ekstrinsik seseorang yang paling besar saat berpartisipasi dalam konsumsi kolaboratif.

Hung *et al* memaparkan bahwa terdapat dua indikator dari manfaat ekonomi. Dimana kedua indikator tersebut adalah :

1. Uang
2. Bonus

## **Konsumsi Kolaborasi**

Nelson dan Spaeth dalam Mayasari (2018) membahas bahwa konsumsi kolaboratif didefinisikan sebagai konsumsi yang tidak mengalokasikan sumber daya secara sendiri. Dimana orang-orang mengonsumsi barang-barang yang tidak benar-benar ada. Mereka tidak membeli tetapi mereka berbagi, memperdagangkan atau menyewanya dan hal ini dibantu oleh teknologi. Botsman dalam Vasiliki (2018) menyatakan bahwa fenomena konsumsi kolaboratif muncul karena perkembangan internet. Terdapat dua faktor yang menyebabkan konsumsi kolaboratif tumbuh dengan pesat yaitu : inovasi teknologi dan fleksibilitas yang ditawarkan. Barbu *et al* menyatakan bahwa konsumsi kolaborasi juga dapat disebut dengan *sharing Economy*, *ekonomi peer to peer*, *Collaborative Economy*, *gig economy*, dan *on-demand economy*.

Vasiliki (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa konsumsi kolaborasi memiliki tiga indikator. Dimana ketiga indikator tersebut adalah :

1. Berbagi
2. Berdagang
3. Menyewa

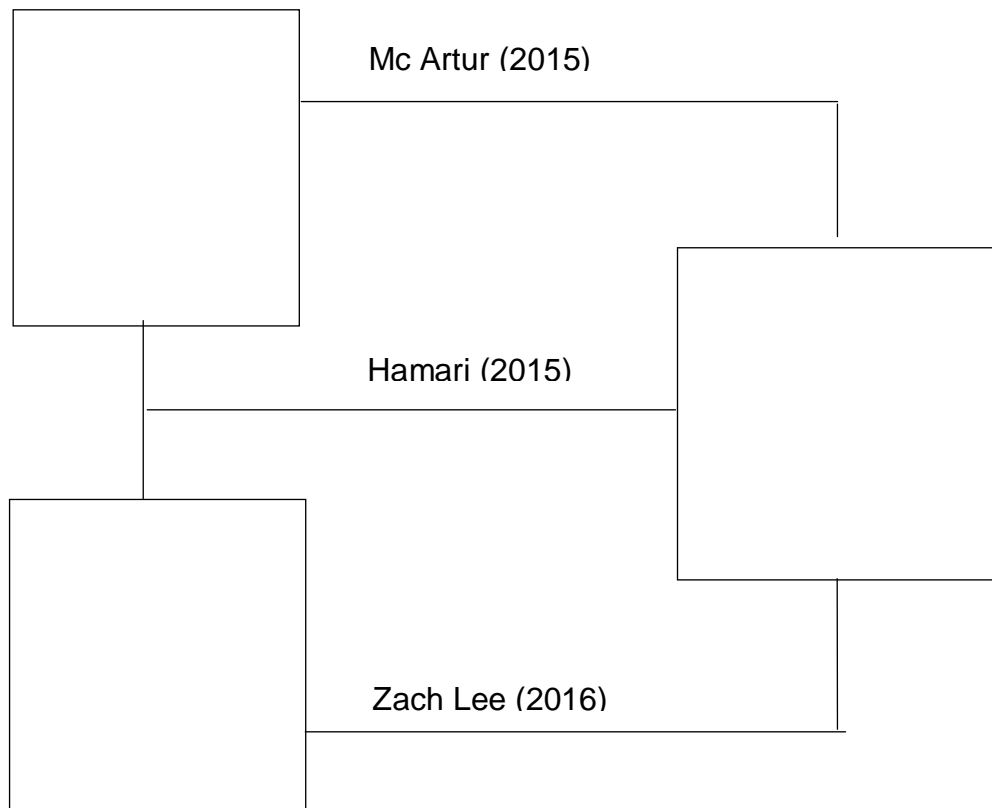
## **KERANGKA PEMIKIRAN**

Kenyaman disini mengacu pada sejauh mana berpartisipasi dalam kegiatan konsumsi kolaboratif dianggap menyenangkan. Dimana mereka memiliki hak sendiri. Secara khusus, kenyamanan telah dianggap sebagai motivasi intrinsik bagi seseorang terlibat dalam konsumsi kolaboratif. Mc Artur (2015) berpartisipasi dalam sebuah platform perangkat lunak haruslah membuat seseorang merasakan suatu hal yang baru yang berbeda dari yang lainnya. Kenyamanan dianggap sebagai kunci seseorang dalam berpartisipasi kedalam konsumsi kolaboratif.

Manfaat ekonomi adalah motivasi ekstrinsik dari seseorang dalam berpartisipasi di konsumsi kolaboratif dalam Zach W.Y.Lee (2016). Manfaat ekonomi adalah hal yang penting dalam berpartisipasi disini. Kegiatan ini telah menjadi jalan bagi para konsumen yang berkaitan dengan bagian ekonomi. Hal mendasar dari kegiatan konsumsi kolaboratif ini adalah membagi aset yang kita miliki dengan pihak lain dibandingkan dengan memilikinya secara seutuhnya. Kegiatan ini memaksimalkan kegunaan dari suatu barang.

Hamari (2015) menyatakan bahwa kesenangan dan manfaat ekonomi memiliki keterkaitan dalam partisipasi di konsumsi kolaboratif walau manfaat ekonomi tidak memiliki tingkat setinggi kesenangan. Dimana kesenangan disini memiliki peran yang sangat penting.

## PARADIGMA PEMIKIRAN



**Gambar 1. Paradigma Penelitian**

## HIPOTESIS

1. Kegiatan Konsumsi Kolaboratif berkaitan dengan Kenyamanan dan Manfaat Ekonomi
2. Kegiatan Konsumsi Kolaboratif dipengaruhi oleh Kenyamanan.
3. Kegiatan Konsumsi Kolaboratif dipengaruhi oleh Manfaat Ekonomi

## METODE PENELITIAN

### Objek Penelitian

Dalam penelitian ini Kenyamanan ( $X_1$ ), Manfaat Ekonomi ( $X_2$ ) dan Konsumsi Kolaborasi ( $Y$ ) merupakan objek yang diteliti. Dimana penelitian ini dilakukan pada hotel-hotel yang bermitra dengan RedDoorz.

### Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan verifikatif.

## TEKNIK PENENTUAN DATA

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah hotel-hotel yang bermitra dengan RedDoorz di Bandung yang terdiri dari 90 hotel. Sedangkan untuk penarikan sampel peneliti menggunakan *probability sampling* dan *sampling area*. Area yang dipilih merupakan area Bandung Utara dimana terdapat 47 hotel yang bermitra dengan RedDoorz di daerah Bandung Utara. Alasan dari penulis memilih Bandung Utara dikarenakan Bandung Utara adalah karena letaknya yang strategis dimana Bandung Utara mencakup daerah Kota Bandung daerah Kabupaten Bandung Barat. Dimana terdapat banyak sekali destinasi wisata di daerah ini. Yang mana destinasi wisata berkaitan dengan perhotelan.

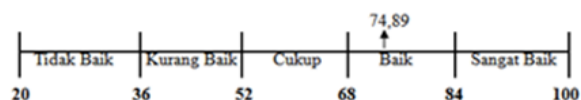
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### ANALISIS DESKRIPTIF

#### Kenyamanan

**Tabel 1. Rekaputilasi Kenyamanan**

Indikator	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Aktual %	Kategori
Kemudahan	1	187	235	79,6	Baik
	2	183	235	77,9	Baik
	3	169	235	71,9	Baik
Sukarela	4	175	235	74,5	Baik
Kebebasan	5	178	235	75,7	Baik
	6	163	235	69,4	Baik
<b>Total</b>		<b>1055</b>	<b>1410</b>	<b>74,8</b>	<b>Baik</b>



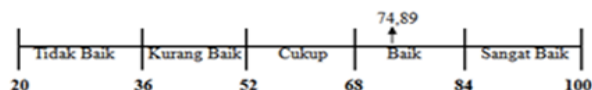
**Gambar 2. Garis Kontinum Kenyamanan**

Secara garis besar kenyamanan mendapat nilai responden sebesar 74,89 yang jika mengikuti kriteria Umi Narimawati (2009:84) tergolong kepada kategori Baik.

#### Manfaat Ekonomi

**Tabel 1. Rekaputilasi Kenyamanan**

Indikator	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Aktual %	Kategori
Kemudahan	1	187	235	79,6	Baik
	2	183	235	77,9	Baik
	3	169	235	71,9	Baik
Sukarela	4	175	235	74,5	Baik
Kebebasan	5	178	235	75,7	Baik
	6	163	235	69,4	Baik
<b>Total</b>		<b>1055</b>	<b>1410</b>	<b>74,8</b>	<b>Baik</b>



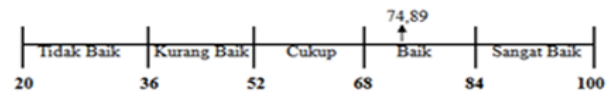
**Gambar 2. Garis Kontinum Kenyamanan**

Secara garis besar manfaat ekonomi mendapat nilai responden sebesar 74,89 yang jika mengikuti kriteria Umi Narimawati (2009:84) tergolong kepada kategori Baik.

## Konsumsi Kolaborasi

**Tabel 1. Rekaputilasi Kenyamanan**

Indikator	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Aktual %	Kategori
Kemudahan	1	187	235	79,6	Baik
	2	183	235	77,9	Baik
	3	169	235	71,9	Baik
Sukarela	4	175	235	74,5	Baik
Kebebasan	5	178	235	75,7	Baik
	6	163	235	69,4	Baik
<b>Total</b>		<b>1055</b>	<b>1410</b>	<b>74,8</b>	<b>Baik</b>



**Gambar 2. Garis Kontinum Kenyamanan**

Secara garis besar konsumsi kolaborasi mendapat nilai responden sebesar 76,24 yang jika mengikuti kriteria Umi Narimawati (2009:84) tergolong kepada kategori Baik.

## Persamaan Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. Persamaan Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	3.715	2.712		
TX.1	.441	.152	.402	2.896	.006
TX.2	.454	.203	.311	2.243	.030

a. Dependent Variable: TY

$$Y = 3,715 + 0,441X_1 + 0,454X_2$$

Yang dapat diartikan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 3,715 menunjukkan bahwa ketika kedua variabel bebas bernilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka konsumsi kolaboratif diprediksi akan bernilai sebesar 3,715 kali.
- Variabel  $X_1$  atau kenyamanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,441 menunjukkan bahwa ketika kenyamanan ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan konsumsi kolaboratif sebanyak 0,441 kali.
- Variabel  $X_2$  atau manfaat ekonomi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,454 menunjukkan bahwa ketika kenyamanan ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan konsumsi kolaboratif sebanyak 0,454 kali.

## ANALISIS KOEFISIEN KORELASI

**Tabel 5. Koefisien Korelasi Simultan**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 <sup>a</sup>	.390	.362	3.12612

a. Predictors: (Constant), TX.2, TX.1

b. Dependent Variable: TY

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh nilai antara kenyamanan dan manfaat ekonomi dengan konsumsi kolaboratif adalah sebesar 0,625. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai sebesar 0,625 termasuk kedalam tingkat keeratan yang cukup tinggi, berada dalam kelas interval antara 0,61– 0,80. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kenyamanan dan manfaat ekonomi mampu memberikan hubungan yang erat bagi konsumsi kolaboratif.

**Tabel 6. Koefisien Korelasi Kenyamanan**  
Correlations

		TX.1	TY
TX.1	Pearson Correlation	1	.566 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	47	47
TY	Pearson Correlation	.566 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	47	47

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara kenyamanan dengan konsumsi kolaboratif adalah sebesar 0,566. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah dan termasuk pada korelasi yang cukup erat.

**Tabel 7. Koefisien Korelasi Manfaat Ekonomi**

Correlations

		TX.2	TY
TX.2	Pearson Correlation	1	.523 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	47	47
TY	Pearson Correlation	.523 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	47	47

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara manfaat ekonomi dengan konsumsi kolaboratif adalah sebesar 0,523. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah dan termasuk pada korelasi yang cukup erat.

## ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

**Tabel 8. Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 <sup>a</sup>	.390	.362	3.12612

a. Predictors: (Constant), TX.2, TX.1

b. Dependent Variable: TY

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai koefisien determinasi kenyamanan dan manfaat ekonomi terhadap konsumsi kolaborasi adalah 0,39 atau 39% dengan gap sebesar 61%, yang merupakan kontribusi dari variabel lain.

**Tabel 9. Koefisien Determinasi Parsial**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Standardized Coefficients	Correlations
	Beta	Zero-order
1 (Constant)		
TX.1	.402	.566
TX.2	.311	.523

a. Dependent Variable: TY

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh Kenyamanan pada Konsumsi Kolaborasi =  $0,402 \times 0,566 = 0,227$  atau 22,75,%

Pengaruh Manfaat Ekonomi pada Konsumsi Kolaborasi =  $0,311 \times 0,523 = 0,173$  atau 17,31%

Juga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kenyamanan memiliki pengaruh yang lebih dominan.

## PENGUJIAN HIPOTESIS

### Pengujian Hipotesis Secara Simultan

**Tabel 10. Pengujian Hipotesis Simultan**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	274.975	2	137.488	14.069	.000 <sup>b</sup>
Residual	429.997	44	9.773		
Total	704.972	46			

a. Dependent Variable: TY

b. Predictors: (Constant), TX.2, TX.1

Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} (14,069) > F_{tabel} (3,10)$ , sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya secara simultan kedua variabel bebas yang terdiri dari kenyamanan dan manfaat ekonomi berpengaruh signifikan terhadap partisipasi dalam konsumsi kolaboratif.



## Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Tabel 11. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.715	2.712		1.369	.178
TX.1	.441	.152	.402	2.896	.006
TX.2	.454	.203	.311	2.243	.030

a. Dependent Variable: TY

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa secara parsial kenyamanan dan manfaat ekonomi berpengaruh signifikan positif terhadap konsumsi kolaborasi.

## KESIMPULAN

1. Mayoritas tanggapan responden terhadap kenyamanan pada RedDoorz termasuk dalam kategori "Baik".
2. Tanggapan responden terhadap variabel manfaat ekonomi pada RedDoorz, termasuk dalam kategori "Baik". Yang mana semua indikator yang ada pada variabel manfaat ekonomi memiliki nilai yang tinggi.
3. Variabel konsumsi kolaborasi pada RedDoorz termasuk dalam kategori "Baik". Persentase tertinggi terdapat pada indikator menyewa sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator berbagi.
4. Baik secara simultan maupun secara parsial Kenyamanan dan Manfaat Ekonomi juga berpengaruh signifikan terhadap Konsumsi Kolaborasi pada mitra RedDoorz di daerah Bandung Utara.

## SARAN

1. Untuk Kenyaman, RedDoorz, disarankan untuk lebih meningkatkan kemudahan pada sistem teknologi yang dimiliki guna meningkatkan tingkat partisipasi dalam kegiatan Konsumsi Kolaboratifnya. Seperti halnya dengan mencegah terjadinya tumpang tindih pemesanan kamar antara konsumen yang memesan di tempat dengan konsumen yang memesan melalui aplikasi atau website. Juga menampilkan jumlah kamar yang tersedia dari hotel.
2. Untuk Manfaat Ekonomi, pada RedDoorz, disarankan untuk dapat lebih mempermudah dalam pemberian bonus kepada mitranya agar membuat mitranya lebih tertarik untuk berpartisipasi. Contoh dengan cara mendorong konsumen untuk tidak lupa memberikan ulasan tentang pengalamannya di hotel sehingga dapat mencairkan bonus untuk hotel dan tak lupa memberikan nilai tambah bagi konsumen ketika mereka telah bersedia memberi ulasan agar mereka tertarik dalam mengulas pengalaman mereka dalam menginap.
3. Untuk Konsumsi Kolaboratif, RedDoorz, lebih memperkuat lagi barnd-nya di pasar agar dapat meningkatkan nilai penjualannya. Dengan cara terus menambah jumlah hotel yang dimiliki sehingga lebih variatif dan membuat konsumen lebih tertarik menggunakan layanan RedDoorz dibandingkan Virtual Hotel Operator lain.
4. Untuk peneliti selanjutnya, supaya lebih baik dalam meneliti dan memperdalam literatur Kenyamanan dan Manfaat Ekonomi terhadap partisipasi dalam Konsumsi Kolaboratif, dan mencoba meneliti variabel-variabel lain yang mempengaruhi sehingga penelitian terhadap variabel-variabel ini lebih sempurna lagi juga lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bardhi, F & G.M Eckhardt. *Access-based Consumption : The Case of Sharing*. 2012. *Journal of Customer Research*. ISSN 881-898
- Bastian B et al. *The Interaction of Economic Reward and Moral Conviction in Predicting Attitudes toward Resource Use*. 2015. *Plos One*. EISSN 1932-6203
- Belk, R.W. *You are What You Can Access : Sharing and Collaborative Consumption Online*. 2014. *Journal of Business Research*. ISSN 1595-1600
- Brock Bastian, Airong Zhong, Kieren Moffat. *The Intercation of Economic Reward and Moral Convictions in Predicting Attitues toward Resource Use*. 2015. *Plos One*. EISSN 1932-6203
- C.e. Cherry & N.F Pidgeon. *Is Sharing the Solution ? Exploring Public Acceptance of The Sharing Economy*. 2018. *Journal of Cleaner Production*. ISSN: 0959-6526
- Eunsuk Sung et al. *Why Do People Consume and Provide Sharing Economy Accommodation ? A Sustainability Perspective*. 2018. *Sustainability*. ISSN 2071-1050
- Georgios Zervas et al. *The Rise of The Sharing Economy : Estimating The Impact of Airbnb on the Hotel Industry*. 2017. *Jurnal of Marketing Association*. ISSN 0222-2437
- Gujarati, Damodar. 2016. *Dasar – Dasar Ekonometrika* terjemahan. Jakarta, Erlangga.
- Hawlitschek, Florian et al. *Understanding the Sharing Economy Drivers and Impediments for Participation in Peer to Peer Rental*. 2016. *PACIS Proceedings*. ISBN 9789860491029
- Hoedi Prasetyo, Wahyudi Sutopo. *Industri 4.0 : Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset*. 2018. *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*. Vol. 13 No.1. EISSN 2502-1516
- Juho. Hamari et al. *The Sharing Economy : Why People Participant in Collaborative Consumption*. 2015. *Journal of The Association For Information Science and Technology*. ISSN 2330. 1645
- Lars Bocker, Toon Meelen. *Sharing for People, Planet or Profit ? Analysing Motivations for Intended Sharing Economy Participation*. 2017. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. ISSN 2210.-4224
- Laura M. Graves et al. *Driven to Work and Enjoy of Work : Effects on Managers' Outcomes*. 2012. *Journal of Management* 38:8. ISSN 0149-2063
- Mayasari & Handrix Chrisharyanto. *Motivational Factors of Collaborative Consumption in the Era of Sharing Sharing Economy*. 2018. *Gajah Mada Internasional Journal of Business*. ISSN 2338-7238
- Mc. Arthur Ellen (2015). *Toward the Circular Economy, Part 1 Economy and Business Rationale for an Accelerated Transition*. *PACIS Proceedings*. ISBN 9789860491029
- Muhammad Iffan, Raeni Dwi S, Rengga Radaswara. *Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung*. 2018. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. E-ISSN 2338-292X.
- Nikolaus Franke & Martin Schreier. *Why Customer Value Self-Designed Products : The Importance of Process Effort and Enjoyment*. 2010. *J. Prod Innov Manag*. ISSN 1020-1031

- S.S Utami. Pengaruh Teknologi dalam Perkembangan Bisnis. 2010. Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi. Vol. 8
- Sedigheh Moghavvemi *et al.* *The Impact of Percieved Enjoyment, Percieved Reciprocal Benefits and Knowledge Power on Student Knowledge Sharing Through Facebook.* 2017. The International Journal of Management Education. ISSN 1472-8117
- Shin Yuan Hung. *The Influency of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Individuals Knowledge Sharing Behavior.* 2011. International Journal of Human Computer Studies. ISSN 1071.5819
- Singgih, Santoso. 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Sugiyono. 2016. Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung : Alfabeta
- Trustorini Handayani. Analisis Sikap Mahasiswa Dalam Memutuskan Memilih Pts Sebagai Dampak dari Sumber Komunikasi 2013. IRWNS.
- Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Lina Ismawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah : Panduan Awal menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM.* Bekasi: Penerbit Genesis.
- Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: Agung Media
- Virginija Grybaite & J. Stankeviciene. *An Empirical of Factrors Affecting Economy Growth.* 2018. Oeconomia. Vol. 9 Issue 4 December. ISSN 2063-1277
- Wells, Kallie. Economic Benefits: Definition & Concept. 2015. PACIS Proceedings. ISBN 9789860491029
- Zach W Y Lee *et al.* *Technology-Mediated Sharing Economy : Understanding User Participation in Collaborative Consumption Trough The Benefitcost Perspective.* 2016. PACIS 2016 Proceedings. ISBN 9789860491029