

## Analisis faktor-faktor penentu intensi berkelanjutan terhadap Mobile Shopping Blackberry Messenger = An examinations of determinant of Blackberry Messenger Mobile Shopping continuance

Juniana Francisca, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331572&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penentu penting dari intensi berkelanjutan terhadap Mobile Shopping melalui Blackberry Messenger (BBM). Ada 138 kuesioner efektif yang diperoleh untuk analisis survei. Dua langkah pemodelan persamaan structural (SEM) digunakan untuk memvalidasi model pengukuran dan menguji hipotesis. Responden penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki pengalaman dengan M-Shopping BBM. Model penelitian ini dikembangkan oleh Hung, Yang & Tsieh (2012) dan menggunakan lima variabel yaitu konfirmasi, manfaat yang dirasakan, kepuasan, kepercayaan, dan intensi berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan adalah faktor utama niat kelanjutan konsumen terhadap M-Belanja BBM.

*The purpose of this study is to examine critical determinants of consumers' continuance intentions toward mobile shopping Blackberry Messenger. There were 138 effective questionnaires obtained for survey analysis. Two steps of structural equation modeling were used to validate the measurement model and test the hypothesized relationships. Survey respondents were university students who were had experience in Blackberry Messenger mobile shopping. The model of this study was developed by Hung, Yang & Tsieh (2012). In particular, this study identified five factors of consumer's continuance intentions, confirmation, perceived usefulness, satisfaction, trust, and continuance intention. The results showed that trust and satisfaction were the main factors of consumer's continuance intentions toward M-Shopping BBM.*