

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan kembali aplikasi online dating: Studi kasus aplikasi ABC pada PT XYZ = Analysis of factors affecting the continuance usage intention of online dating application: A case study of ABC Application at PT XYZ

Aulia-Absari Khalil, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468255&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan kembali aplikasi online dating berdasarkan tiga domain yaitu task driven, technology driven, dan social driven. Penelitian ini menggunakan Expectation Confirmation Model (ECM) sebagai dasar pada model penelitian, kemudian mengintegrasikannya dengan Task Technology Fit Model (TTF) dan Theory Planned Behaviour (TPB). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner ke pengguna aplikasi ABC. Data valid yang terkumpul sebanyak 271 sampel dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis Partial Least Square-SEM (PLS-SEM). Hasil dari penelitian ini adalah perceived usefulness, perceived enjoyment, satisfaction, dan social norm merupakan faktor yang secara langsung memengaruhi niat menggunakan kembali aplikasi online dating. Sementara itu, task technology fit dan confirmation merupakan faktor yang secara tidak langsung memengaruhi niat menggunakan kembali aplikasi online dating. Faktor-faktor tersebut diharapkan dapat menjadi perhatian bagi manajemen PT XYZ untuk meningkatkan kualitas aplikasi ABC sehingga dapat meningkatkan jumlah pengguna aktif.

ABSTRACT

The present research was aimed to study factors affecting the continuance usage intention of online dating application based on three driven domains: task driven, technology driven, and social driven. The study adopted an Expectation Confirmation Model (ECM) integrated with Task Technology Fit Model (TTF) and Theory Planned Behaviour (TPB). Online survey was conducted to 271 active users of ABC application. Data collected included of the user perception on perceived usefulness, perceived enjoyment, satisfaction, social norm, task technology fit and confirmation. Data was statistically analyzed by Partial Least Square-SEM (PLS-SEM). Results showed that perceived usefulness, perceived enjoyment, satisfaction, and social norm were found to be the closely related factors affecting the continuance usage intention of online dating application, while the factors of task technology fit and confirmation had indirect effect on the continuance usage intention. It implies that there is a need of special attention from the company management to these crucial factors to ensure the user satisfaction and to increase the number of active users of PT XYZ.