

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED ENJOYMENT*,
SOCIAL TIES, *SATISFACTION*, *HABIT* TERHADAP *CONTINUANCE
INTENTION* PADA APLIKASI FACEBOOK DI INDONESIA**

Steven Kurniawan

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika | steven.kurniawan8894@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties*, *Satisfaction*, *Habit* terhadap *Continuance Intention* pada aplikasi Facebook di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online. Responden dalam penelitian ini adalah 150 responden yang tinggal di Indonesia dan aktif dalam penggunaan aplikasi Facebook di dengan minimal pemakaian satu kali dalam seminggu.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melalui pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Analysis of moment structures* (AMOS 18.0). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Satisfaction* dan *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. *Perceived Enjoyment* dan *Social Ties* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction*. *Perceived Usefulness* dan *Social Ties* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Habit*. Sedangkan *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention*. *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Satisfaction*. *Perceived Enjoyment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Habit*

Kata kunci : *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties*, *Satisfaction*, *Habit*, *Continuance Intention*.

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties, Satisfaction, Habit toward Continuance Intention on Facebook app in Indonesia. The data used in research is primary data obtained from online questionnaires. Respondent in this study were 150 respondents who've been living in Indonesia and active using Facebook app with minimum of usage once a week.

The sampling technique of this study was non-probability sampling. This study uses a quantitative approach through statistical analysis. Tests conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of analysis of moment structures (AMOS 18.0) This result shows that Satisfaction and Habit have a positive and significant effect toward Continuance Intention. Perceived Enjoyment dan Social Ties have a positive and significant effect toward Satisfaction. Perceived Usefulness dan Social Ties have a positive and significant effect toward Habit. Meanwhile Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties don't have significant effect toward Continuance Intention. Perceived Usefulness don't have significant effect toward Satisfaction. Perceived Enjoyment don't have significant effect toward Habit

Key words: Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties, Satisfaction, Habit, Continuance Intention.

PENDAHULUAN

Di zaman yang modern ini, perkembangan internet sudah menjadi sangat pesat. Hampir setiap warga dunia sudah menggunakan internet untuk kegiatan sehari – harinya. Dengan adanya internet kita dapat melakukan banyak hal seperti mencari info, membaca berita, melihat video, dan berbagai aktifitas lainnya. Keberadaan internet sendiri sudah menjamur dan seolah – olah tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari – hari.

Pada tahun 2016 di Indonesia memiliki jumlah populasi sebanyak 259.100.000 jiwa. Diantara total populasi tersebut 88.100.000 jiwa merupakan pemakai internet yang aktif. Diantara para pemakai internet aktif 79.000.000 jiwa merupakan pengguna media sosial secara aktif. Jumlah ini lebih banyak dibandingkan tahun 2015 dimana jumlah populasi sebanyak 255.500.000 jiwa., sedangkan pengguna internet aktif sebanyak 72.700.000 jiwa. Dan diantara para pengguna internet aktif terdapat 72.000.000 jiwa yang menjadi pengguna aktif media sosial.

Dari semua pengguna internet aktif, diketahui bahwa aktifitas yang paling sering dilakukan ketika menggunakan internet ialah sebanyak 87.4% menggunakan jejaring sosial, kemudian sebanyak 68.7% mencari info/searching/browsing, lalu disusul oleh instant messaging, mencari berita terkini, video streaming, dan lain – lain. Dari sekian banyak sosial media yang ada di dunia, di Indonesia sosial media yang paling sering digunakan ialah Facebook, lalu di susul oleh Google+, Twitter, Instagram, dan Pinterest.

Untuk mendukung penelitian ini maka dilakukan penyebaran kuesioner sigi awal kepada 50 responden yang memiliki akun Facebook dan masih aktif menggunakan aplikasi Facebook dengan minimal pemakaian seminggu sekali yang berdomisili di Surabaya. Dari 50 responden, yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 34 orang atau 68% dan perempuan sebanyak 16 orang atau 32%.

Menurut *Habit theory* dapat dikatakan bahwa *Habit* memiliki hubungan positif dengan *Continuance Intention* karena perilaku kebiasaan sebelumnya

dapat membuahakan perasaan suka terhadap perilaku tersebut, oleh karenanya intensi keberlanjutan akan meningkat (Kim dan Marhotra, 2005). Sedangkan berdasarkan sigi awal yang telah dilakukan terhadap 50 responden menghasilkan data bahwa hanya 12 % responden yang menggunakan Facebook menjadi sebuah kebiasaan. Tetapi ditemukan bahwa 65% responden mengindikasikan bahwa adanya niat untuk memiliki intensi menggunakan aplikasi Facebook lagi di kemudian hari.

Disini dapat diketahui bahwa ada gap antara *theory* dengan *research actual* yang ada dilapangan. Ketidaksesuaian ini dapat dilihat dari teori *Habit* yang seharusnya berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*. Tetapi dari kuesioner yang dibagikan terhadap para pengguna aplikasi Facebook menunjukkan bahwa dari sigi awal ada indikasi bahwa *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention* sehingga penelitian ini menarik untuk diteliti.

Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal yang berjudul “*Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps: Satisfaction, habit, and customer value perspectives*” yang ditulis oleh Hsiao *et al.* (2016)

Dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian lebih tepat maka perlu mempertimbangkan batasan-batasan penelitian. Penelitian ini akan dilakukan di Indonesia. Dalam penelitian ini juga akan membahas beberapa variabel penting untuk mengetahui *Continuance Intention* pada pengguna Facebook di Indonesia, dengan menggunakan karakteristik dari responden yang telah ditentukan. Variabel-variabel penting tersebut yaitu *Satisfaction, Habit, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment Social Ties.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam *basic research* karena tidak bertujuan untuk membahas atau memecahkan masalah organisasi bisnis tertentu, melainkan untuk memperluas dan mengembangkan ilmu pengetahuan. *Basic research* dapat digunakan untuk menguji validitas teori bisnis umum atau untuk mempelajari lebih lanjut tentang fenomena bisnis tertentu (Zikmund, 2009:7). Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, yang memiliki tujuan untuk mencari tahu pola hubungan sebab-akibat dari hubungan variabel (Zikmund, 2009:16). Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh *Perceived usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties*, *Satisfaction*, *Habit* terhadap *Continuance Intention*

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang dikumpulkan dengan survei dalam bentuk kuesioner yang berisikan tentang pertanyaan dan pernyataan yang perlu dijawab dan ditanggapi oleh responden. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang memenuhi kriteria populasi yang ditentukan.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval. Aras interval adalah aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala.. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner yang bersifat *closed ended question* kepada responden. Alternatif jawaban yang disediakan untuk aras interval disusun berdasarkan numerical scale dengan memberikan penilaian kepada serangkaian pernyataan berdasarkan kata sifat yang diukur dalam tujuh skala jenjang, seperti:

Tidak Setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

Angka 1 sampai 7 menunjukkan penilaian atas pernyataan tentang objek yang diteliti, dimana semakin besar angka yang dipilih maka semakin positif penilaian responden atas pernyataan yang diajukan, sebaliknya semakin rendah angka yang dipilih maka semakin negatif penilaian responden atas pernyataan tersebut.

Prosedur dalam pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebelum menyusun kuesioner, indikator yang terdapat di jurnal diterjemahkan terlebih dahulu ke penterjemah dan diambil terjemahan yang sesuai.
2. Menyusun kuesioner sesuai dengan topik dan indikator yang terdapat dalam jurnal acuan.
3. Menyebarkan kuesioner ke responden yang karakteristik responden yang telah ditentukan.
4. Menjelaskan kepada responden cara pengisian kuesioner dan maksud pernyataan yang ada di kuesioner.
5. Mengumpulkan kuesioner yang telah diisi responden.
6. Melakukan pengecekan pada kuesioner yang telah diisi. Jika terdapat kuesioner yang tidak lengkap datanya, maka kuesioner dipisahkan atau dibuang.
7. Melakukan pengolahan data menggunakan kuesioner yang layak.

Jika hasil pengolahan data memiliki nilai *goodness of fit*, validitas dan reliabilitas yang buruk, maka akan dilakukan pengecekan ulang terhadap data kuesioner. Setelah membuang kuesioner yang tidak layak, dan menyebar kuesioner yang baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- *Measurement Model*

Analisis model pengukuran dilakukan dengan *confirmatory factor analysis* (CFA) pada seluruh konstruk penelitian dan indikatornya. Sebelum dilakukan analisis yang lebih jauh, dilakukan analisis terhadap *Goodness-of-Fit* model pengukuran. Apabila model pengukuran mempunyai nilai *Goodness-of-Fit* yang memenuhi, maka model pengukuran layak dianalisis lebih lanjut.

Kesesuaian model pengukuran dengan data empiris diukur dengan indeks *Goodness-of-Fit* (GOF) yang mengindikasikan seberapa baik model yang telah ditentukan menghasilkan matriks kovarian di antara tiap indikator (Hair *et al.*, 2010: 664). Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan nilai *Goodness-of-Fit* dalam analisis model pengukuran:

Tabel 1
Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	NFI	$NFI \geq 0.9$	0.888	Marginal fit
2	TLI	$TLI \geq 0.9$	0.928	Good Fit
3	CFI	$CFI \geq 0.9$	0.943	Good Fit
4	IFI	$IFI \geq 0.9$	0.944	Good Fit
5	GFI	$GFI \geq 0.90$	0.859	Marginal Fit
6	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0.077	Good Fit

- *Structural Model*

Kesesuaian model struktural dengan data empiris diukur dengan indeks *Goodness-of-Fit* (GOF) yang mengindikasikan seberapa baik model yang telah ditentukan menghasilkan matriks kovarian diantara tiap indikator (Hair *et al.*, 2010:

664). Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan nilai *Goodness-of-Fit* dalam analisis model struktural:

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3,0$	1.858	Good Fit
2	NFI	$NFI \geq 0.9$	0.888	Marginal Fit
3	TLI	$TLI \geq 0.9$	0.929	Good Fit
4	CFI	$CFI \geq 0.9$	0.944	Good Fit
5	IFI	$IFI \geq 0.9$	0.945	Good Fit
6	GFI	$GFI \geq 0.90$	0.859	Marginal Fit
7	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0.076	Good Fit

KESIMPULAN DAN SARAN

• KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari jumlah 11 hipotesis yang telah diuji dengan menggunakan SEM, melalui program AMOS 18, terdapat sebelas hipotesis yang terdukung dan tiga hipotesis yang tidak terdukung. Berikut merupakan penjabarannya :

1. *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*
2. *Habbit* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*
3. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*
4. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Habit*
5. *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*
6. *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*
7. *Perceived Enjoyment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Habit*
8. *Perceived Enjoyment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*
9. *Social Ties* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*
10. *Social Ties* berpengaruh positif terhadap *Habit*
11. *Social Ties* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*

• SARAN

Adanya keterbatasan dalam penelitian ini melahirkan saran atau rekomendasi untuk penelitian mendatang yang diharapkan mampu melengkapi keterbatasan penelitian yang ada saat ini. Adapun rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Facebook

Berdasarkan hasil penelitian, *Continuance Intention* hanya dipengaruhi secara signifikan terhadap *Satisfaction* dan *Habit*. Maka dari itu agar para pengguna aplikasi memiliki intensi keberlanjutan maka pihak Facebook harus menjaga tingkat kepuasan dan kebiasaan dari para pengguna aplikasi Facebook tersebut. *Satisfaction* dapat dijaga dan ditingkatkan dengan cara menambahkan fitur – fitur yang menyenangkan serta dapat mempererat hubungan antar sesama pengguna aplikasi. Sedangkan untuk *Habit* dapat dijaga dan ditingkatkan dengan cara memberikan ulasan tentang informasi – informasi yang sedang hangat jadi perbincangan di Indonesia.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel paling minimal dari yang ditetapkan, yaitu 150 sampel. Untuk penelitian selanjutnya direkomendasikan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan di area Jawa sehingga penelitian ini hanya merepresentasikan keadaan yang terjadi di area Jawa saja. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan responden yang tersebar di seluruh Indonesia.