UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS FAKTOR PENENTU DALAM NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI APLIKASI PEMESANAN DARING
Melati, Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, penjualan melalui daring mulai digunakan dan berkembang pesat. Perusahaan bisa langsung menjual kepada konsumen produk-produk yang mereka tawarkan dengan harga yang kompetitif. Hal tersebut membuat semakin bervariasinya jalur distribusi yang ditawarkan oleh perusahaan agar konsumen dapat dengan mudah menemui produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harga yang sesuai. Aplikasi yang dapat digunakan di ponsel pintar konsumen menjadi pilihan perusahaan sebagai media promosi dan penjualan produk-produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh berbagai faktor niat menggunakan kembali aplikasi Sahabat SCG. Penelitian ini menguji lima hipotesis terkait Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Kondisi Yang Memfasilitasi, Kesiapan Teknologi, dan Ketertarikan Teknologi terhadap Niat Menggunakan Kembali aplikasi. Menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS) yang dianalisis dengan SmartPLS 4, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kondisi Yang Memfasilitasi, Kesiapan Teknologi, dan Ketertarikan Teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan Kembali. Penelitian ini mengindikasikan bahwa Kondisi Yang Memfasilitasi merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan Niat Menggunakan Kembali, sedangkan Harapan Kinerja memiliki kontribusi yang kecil terhadap Niat Menggunakan Kembali. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan fitur dan layanan guna memperkuat niat menggunakan kembali.

Kata kunci: Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Kondisi Yang Memfasilitasi, Kesiapan Teknologi, dan Ketertarikan Teknologi, Niat Menggunakan Kembali, Aplikasi Sahabat SCG.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS FAKTOR PENENTU DALAM NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI APLIKASI PEMESANAN DARING
Melati, Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Along with the development of the era, online sales began to be used and developed rapidly. Companies can directly sell to consumers the products they offer at competitive prices. This makes the distribution channels offered by companies increasingly varied so that consumers can easily find the products offered by the company at the right price. Applications that can be used on consumers' smartphones are the choice of companies as a medium for promotion and sales of the products offered. This study aims to examine the influence of various factors on the intention to reuse the Sahabat SCG application. This study tests five hypotheses related to Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Technology Readiness, and Technology Interest on the Intention to Reuse the application. Using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the Partial Least Squares (PLS) approach analyzed with SmartPLS 4, the results of the study indicate that Facilitating Conditions, Technology Readiness, and Technology Affection have a significant influence on the Intention to Reuse. This study indicates that Facilitating Conditions are the most dominant factor in increasing the Intention to Reuse, while Performance Expectancy has a small contribution to the Intention to Reuse. This study provides insight for application developers to improve features and services to strengthen the intention to reuse.

Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Technology Readiness, and Technology Affection, Intention to Reuse, Sahabat SCG Application