

INTISARI

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menguji sejauh mana konfirmasi terhadap kepuasan pengguna, kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*), *subjective norms*, dan *perceived risk* dapat mempengaruhi munculnya niat berkelanjutan (*continued intention*) untuk melakukan *social shopping* dengan menggunakan Facebook baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu penelitian ini juga bermaksud untuk menguji sejauhmana *initial intention* memberikan pengaruh terhadap penggunaan (Use) Facebook sebagai sarana *social shopping* dapat mempengaruhi tingkat kepuasan (*satisfaction*) pengguna dan dampaknya terhadap munculnya niat berkelanjutan (*continued intention*) penggunaan media Facebook untuk melakukan *social shopping*,

Semakin meningkatnya jumlah pengguna aktif bulanan Facebook di Tanah Air yang mencapai kisaran delapan puluh dua juta orang pada kuartal IV tahun 2015, membuat beberapa orang berpikir bahwa membujuk pengunjung untuk berbelanja di situs jejaring sosial ini akan menjadi sangat mudah. Facebook menawarkan fasilitas seperti *upload* foto serta kemudahan menandai perilaku tersebut pada semua *friend list* secara random, *fansPage*, *fansAds* dan beberapa aplikasi lain yang memungkinkan pemilik akun *online shop* pada Facebook dapat dengan mudah mempromosikan barang yang dijualnya.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ming Chi Lee (2011) dengan menggabungkan model penelitian behavior yaitu *Expectation-Confirmation Model* (ECM), *Theory Acceptance Model* (TAM), dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjadi suatu konstruk baru dengan menambahkan satu variabel lain yaitu '*use*' yang menunjukkan penggunaan sistem oleh pengguna dan sebagai variabel *intervening* yang menghubungkan antara *initial intention* dan *satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian ini dari 14 hipotesis dan 31 indikator yg di gunakan dapat disimpulkan bahwa ada 11 hipotesis yang mempunyai hubungan signifikan positif terhadap niat berkelanjutan (*continued intention*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan niat secara negative dipengaruhi oleh Persepsian (*perceived usefulness*) begitu juga dengan risiko persepsian (*perceived risk*) yang berhubungan secara signifikan negatif terhadap munculnya niat (*initial intention*) dan *continuance intention* pengguna jejaring sosial Facebook.

Kata kunci: ECM, TAM, TPB, *Continuance Intention*

ABSTRACT

The aim of this study is to examine how confirmation to the user satisfaction, perceived usefulness, perceived behavioral control, subjective norms, and perceived risk can affect the continuing intention to social shopping using Facebook, either directly or indirectly. This study also aims to examine how the initial intention in using Facebook as a mean of social shopping can affect the level of user satisfaction and how it can influence sustainable intention in using Facebook for shopping.

The increasing number of Facebook monthly active users in Indonesia (Facebook has eighty two million users here in the fourth quarter of 2015) makes persuading visitors to shop on the social network seems very easy. Facebook offers facilities such as uploading photos or marking behaviors in all the friend list, FansPage, fansAds and several other applications that allow online shop owners easily promote the goods they sell.

Basically, the development of the variables used in this study was based on research conducted by Ming Chi Lee (2011) by combining the research model behavior which is Expectation-Confirmation Model (ECM), Theory Acceptance Model (TAM), and the Theory of Planned Behavior (TPB) into a new construction by adding another variable: 'use' that shows the use of the system by the user and as an intervening variable that connects between the initial intention and satisfaction. Based on this study of 14 hypothetical and 31 indicators, it can be concluded that there are 11 hypotheses that have significant positive correlation with sustainable intention either directly or indirectly. While the intention was negatively influenced by the perceived usefulness, the perceived risk was also significantly negatively correlated to the present of intention (initial intention) and continuing intention of Facebook users.

Keywords: ECM, TAM, TPB, Continuance Intention