

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS*
USE INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA LINE)**



SKRIPSI

Veliecia Aryani Widjaja

00000053617

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS
USE INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA LINE)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Veliecia Aryani Widjaja

00000053617

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Veliecia Aryani Widjaja
NIM : 00000053617
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi Saya yang berjudul:

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS USE*
INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA LINE)”**

merupakan hasil karya Saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah Saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, Saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan Saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


TEMPEL
969FFAMX067757483
(Veliecia Aryani Widjaja)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS USE INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA LINE)

Oleh

Nama : Veliecia Aryani Widjaja

NIM 00000053617

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Desember 2024

Pembimbing



Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M.
(0430107605)

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
(0323047801)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS USE INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA LINE)

Oleh

Nama : Veliecia Aryani Widjaja

NIM 00000053617

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

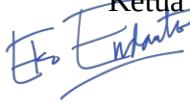
Telah diujikan pada hari Jumat, 13 Desember 2024

Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

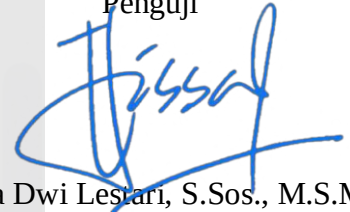
Ketua Sidang



cn=Eko Endarto L00195
gn=Eko Endarto L00195
c=ID Indonesia l=ID
Indonesia ou=Fakultas
Bisnis UMN
I am approving this
document

Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
(0301087205)

Penguji



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
(0306088501)

Pembimbing



Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M.
(0430107605)

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
(0323047801)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Veliecia Aryani Widjaja

NIM 00000053617

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS USE INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA LINE)”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 2 Desember 2024



(Veliecia Aryani Widjaja)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS USE INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA LINE)**”, dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi Saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaannya dalam penyusunan skripsi ini, sehingga Saya dapat menyelesaikannya dengan tepat waktu.
2. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya skripsi ini.
6. Keluarga Saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman yang sudah mendukung dan menyemangati Saya selama proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Desember 2024



(Veliecia Aryani Widjaja)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUOUS USE INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA LINE)

(Veliencia Aryani Widjaja)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), dan *Habit* (HA) terhadap *Continuous Use Intention* (CUI) pada aplikasi LINE. Penelitian ini menggunakan *Conclusive Research Design - Descriptive Research* dengan menyebarkan survei melalui kuesioner secara *online*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh orang yang menggunakan aplikasi LINE. Sedangkan, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang masih menggunakan aplikasi LINE sampai sekarang. Peneliti berhasil mengumpulkan 130 responden dengan menggunakan metode *judgemental sampling* (*nonprobability sampling*). Data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics versi 25. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa PE, HM, dan HA berpengaruh secara positif terhadap CUI. Sedangkan, EE, SI, dan FC tidak berpengaruh secara positif terhadap CUI. Maka dari itu, perusahaan dapat meningkatkan PE (fitur penerjemah AI dan kecepatan dalam mengirimkan pesan), HM (stiker dan emoji unik sesuai tren serta fitur dengan efek khusus pada pesan suara / video), dan HA (memberi penghargaan dan pembaruan fitur / aplikasi secara berkala).

Kata kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Habit, Continuous Use Intention*

SEVERAL FACTORS THAT AFFECTING CONTINUOUS USE INTENTION (STUDY ON LINE USERS)

(Veliencia Aryani Widjaja)

ABSTRACT (English)

This research was conducted to determine and analyze the factors Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), and Habit (HA) on Continuous Use Intention (CUI) on the LINE application. This research uses Conclusive Research Design - Descriptive Research by distributing surveys via online questionnaires. The population of this study is all people who use the LINE application. Meanwhile, the samples used in this research were people who still use the LINE application until now. Researchers succeeded in collecting 130 respondents using the judgmental sampling method (nonprobability sampling). The data obtained was analyzed using IBM SPSS Statistics version 25. This research found that PE, HM, and HA had a positive effect on CUI. Meanwhile, EE, SI, and FC do not have a positive effect on CUI. Therefore, companies can improve PE (AI translation feature and speed in sending messages), HM (unique stickers & emojis according to trends and features with special effects on voice / video messages), and HA (rewarding and updating features / applications periodically).

Keywords: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Habit, Continuous Use Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (<i>English</i>).....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Batasan Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Tinjauan Teori.....	18
2.1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> . 18	
2.1.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i>	19
2.1.3 <i>Performance Expectancy</i>	21
2.1.4 <i>Effort Expectancy</i>	22
2.1.5 <i>Social Influence</i>	23
2.1.6 <i>Facilitating Conditions</i>	23
2.1.7 <i>Hedonic Motivation</i>	24
2.1.8 <i>Habit</i>	25
2.1.9 <i>Continuous Use Intention</i>	26
2.2 Model Penelitian	27
2.3 Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	28
2.3.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	29
2.3.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	29
2.3.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	30
2.3.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	30

2.3.6	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i>	31
	Penelitian Terdahulu	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	37
3.1.2	Visi, Misi, dan Nilai.....	38
3.1.2.1	Visi	38
3.1.2.2	Misi	39
3.1.2.3	Nilai	39
3.1.3	Fitur dan Layanan.....	41
3.1.3.1	Fitur.....	41
3.1.3.2	Layanan.....	43
3.2	Desain Penelitian.....	45
3.3	Data Penelitian.....	47
3.3.1	Data Primer	47
3.3.2	Data Sekunder	48
3.4	Proses Pengambilan Sampel.....	48
3.4.1	Menentukan Target Populasi	48
3.4.1.1	<i>Element</i>	48
3.4.1.2	<i>Sampling Unit</i>	48
3.4.1.3	<i>Extent</i>	49
3.4.1.4	<i>Time</i>	49
3.4.2	Menentukan <i>Sampling Frame</i>	49
3.4.3	Memilih <i>Sampling Technique</i>	49
3.4.4	Menentukan <i>Sample Size</i>	51
3.5	Prosedur Penelitian.....	51
3.5.1	Periode Penelitian	52
3.5.2	Pengumpulan Data	52
3.6	Identifikasi Variabel Penelitian.....	53
3.6.1	Variabel Dependen.....	53
3.6.2	Variabel Independen.....	53
3.6.3	Variabel Teramati.....	54
3.7	Operasionalisasi Variabel.....	54
3.8	Teknik Analisis Data	59
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	59
3.8.2	Uji <i>Pre-Test</i>	60
3.8.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.8.3.1	Validitas.....	61
3.8.3.2	Reliabilitas	62
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	62
3.8.4.1	Uji Normalitas	62
3.8.4.2	Uji Multikolinearitas	63
3.8.4.3	Uji Heteroskedastisitas	63
3.8.5	Uji Regresi Berganda.....	64
3.8.5.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	64
3.8.5.2	Uji Simultan (Uji F)	65

3.8.5.3	Uji Parsial (Uji t)	65
3.8.5.4	Persamaan Regresi	66
3.8.5.5	Variabel Dominan	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	68
4.2	Deskripsi Hasil Profil Responden.....	68
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan <i>Gender</i>	68
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	69
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	70
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi LINE	71
4.3	Analisis Deskriptif	72
4.3.1	<i>Performance Expectancy</i>	72
4.3.2	<i>Effort Expectancy</i>	74
4.3.3	<i>Social Influence</i>	75
4.3.4	<i>Facilitating Conditions</i>	76
4.3.5	<i>Hedonic Motivation</i>	77
4.3.6	<i>Habit</i>	78
4.3.7	<i>Continuous Use Intention</i>	79
4.4	Validitas dan Reliabilitas.....	80
4.4.1	<i>Pre-Test</i>	80
4.4.1.1	Uji Validitas.....	80
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	82
4.4.2	<i>Main-Test</i>	84
4.4.2.1	Uji Validitas.....	84
4.4.2.2	Uji Reliabilitas	86
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	87
4.5.1	Uji Normalitas.....	88
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	89
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.6	Uji Regresi Berganda.....	91
4.6.1	Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.6.2	Uji Simultan (Uji F).....	92
4.6.3	Uji Parsial (Uji t).....	92
4.6.4	Persamaan Regresi	94
4.6.5	Variabel Dominan.....	96
4.7	Interpretasi Hasil	97
4.7.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE	98
4.7.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	98
4.7.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	99
4.7.4	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	100

4.7.5	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	101
4.7.6	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE 101	
4.8	Implikasi Manajerial	102
4.8.1	Upaya dalam meningkatkan <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i> pada LINE.....	102
4.8.2	Upaya dalam meningkatkan <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i>	103
4.8.3	Upaya dalam meningkatkan <i>Habit</i> terhadap <i>Continuous Use Intention</i>	104
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Simpulan	106
5.2	Saran	106
5.2.1	Bagi Perusahaan (LINE)	107
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN		114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Peringkat Unduhan LINE Tahun 2020-2024.....	8
Tabel 1. 2 Perbandingan Peringkat Pendapatan LINE Tahun 2020-2024	9
Tabel 1. 3 Perbandingan LINE dengan WhatsApp dan Telegram.....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi	55
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian	60
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Untuk Performance Expectancy	73
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Untuk Effort Expectancy	74
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Untuk Social Influence	75
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Untuk Facilitating Conditions.....	76
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Untuk Hedonic Motivation.....	77
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Untuk Habit.....	78
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Untuk Continuous Use Intention	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Pada Pre-Test.....	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Pada Pre-Test	83
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Pada Main-Test.....	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Pada Main-Test.....	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	91
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	92
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	93
Tabel 4. 16 Persamaan Regresi	95
Tabel 4. 17 Variabel Dominan	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet 2024	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna dari Media Sosial.....	3
Gambar 1. 3 Alasan Utama Menggunakan Internet dan Media Sosial.....	4
Gambar 1. 4 Top Website dan Aplikasi yang Banyak digunakan.....	5
Gambar 1. 5 Pengguna LINE 2024.....	6
Gambar 1. 6 Jumlah Unduhan LINE	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian UTAUT	18
Gambar 2. 2 Model Penelitian UTAUT2.....	20
Gambar 2. 3 Model Penelitian	27
Gambar 3. 1 Logo LINE	37
Gambar 3. 2 Visi LINE.....	38
Gambar 3. 3 Nilai LINE.....	39
Gambar 3. 4 Room Chat	41
Gambar 3. 5 Stiker dan Tema.....	42
Gambar 3. 6 Tampilan Voom.....	42
Gambar 3. 7 Tampilan Split Bill	43
Gambar 3. 8 Tampilan Top-up & Tagihan	44
Gambar 3. 9 Desain Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Gender.....	68
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	69
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	70
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan LINE.....	72
Gambar 4. 6 Hasil Uji Histogram	88
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normal P-P Plot.....	89
Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90

DAFTAR LAMPIRAN

Jurnal Utama	114
Kuesioner.....	138
Data Responden	148
Validitas <i>Pre-Test</i>.....	150
Reliabilitas <i>Pre-Test</i>.....	154
Validitas <i>Main-Test</i>.....	156
Reliabilitas <i>Main-Test</i>.....	160
Asumsi Klasik.....	162
Uji Regresi Berganda	163
Konsultasi Pembimbing	164
Turnitin	165