

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi *continuance intention* (niat melanjutkan penggunaan) pengguna GrabBike di Tangerang. Dalam konteks layanan ride-hailing, *continuance intention* menjadi penting karena menggambarkan kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan layanan yang sama di masa mendatang, meskipun tersedia alternatif layanan lain. Keputusan untuk melanjutkan penggunaan dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap manfaat layanan, dukungan lingkungan sosial, kesiapan fasilitas pendukung, serta keuntungan ekonomi yang diperoleh.

Untuk menjelaskan perilaku tersebut, penelitian ini menggunakan dua landasan teori utama, yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* sebagai kerangka penerimaan/penggunaan teknologi dan konsep *Continuance Intention* sebagai konstruk perilaku pasca penggunaan.

##### **2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)**

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) merupakan kerangka yang menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi melalui sejumlah konstruk utama. Dalam teori UTAUT, konstruk yang berkaitan dengan manfaat kinerja dikenal sebagai *performance expectancy*. Dalam penelitian ini, konsep tersebut disesuaikan menjadi *Performance Experience* dengan mengikuti konteks penelitian Gaber dan Elsamadicy (2021), karena penelitian ini menilai pengalaman pengguna setelah menggunakan layanan GrabBike. Pada layanan berbasis aplikasi seperti GrabBike, UTAUT relevan karena pengguna tidak hanya menilai layanan dari sisi kebutuhan transportasi, tetapi juga dari manfaat yang dirasakan, pengaruh lingkungan sosial, serta dukungan kondisi yang memudahkan penggunaan aplikasi.

Lebih lanjut, UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) juga berkembang menjadi UTAUT2 yang menyesuaikan konteks konsumen. Venkatesh et al. (2012) menambahkan konstruk *price value* untuk menjelaskan pertimbangan nilai/biaya dalam keputusan konsumen menggunakan teknologi. Dalam konteks ride-hailing yang kompetitif, penambahan konstruk nilai/biaya tersebut sejalan dengan pentingnya dimensi *economic benefits* dalam mendorong pengguna untuk tetap melanjutkan penggunaan layanan.

Dapat disimpulkan bahwa UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dan pengembangannya (UTAUT2) memberikan dasar konseptual yang kuat untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pada layanan berbasis aplikasi seperti GrabBike.

### **2.1.2 Performance Experience**

*Performance Experience* merupakan persepsi pengguna mengenai sejauh mana penggunaan layanan dapat membantu aktivitas pengguna menjadi lebih efektif dan memberikan manfaat nyata. Dalam konteks GrabBike, performance experience dapat tercermin pada keyakinan bahwa GrabBike membantu perjalanan menjadi lebih cepat, praktis, dan mendukung mobilitas harian pengguna.

Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), *performance experience* terbukti menjadi salah satu faktor yang memengaruhi *continuance intention* pengguna ride-sharing apps. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat layanan secara jelas, kecenderungan untuk terus menggunakan layanan akan meningkat. Lebih lanjut, penelitian oleh Sedighi et al. (2021) juga menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (konsep yang sangat dekat dengan *performance experience*) memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pada platform ride-hailing. Hal ini menguatkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna merupakan landasan penting dalam keputusan penggunaan berulang.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *performance experience* yang dirasakan pengguna, semakin besar kemungkinan pengguna memiliki *continuance intention* yang kuat terhadap layanan GrabBike.

### **2.1.3 Social Influence**

*Social influence* merujuk pada pengaruh sosial yang dirasakan pengguna, yaitu sejauh mana pengguna merasa bahwa orang-orang penting di sekitarnya mendorong atau mendukung penggunaan layanan tertentu. Dalam penggunaan aplikasi ride-hailing, *social influence* dapat muncul melalui rekomendasi keluarga, teman, rekan kerja, maupun norma sosial yang berkembang di lingkungan pengguna.

Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), *social influence* merupakan faktor yang memengaruhi *continuance intention* pada ride-sharing apps. Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dapat memperkuat keputusan pengguna untuk tetap menggunakan layanan. Misalnya, penelitian oleh Sedighi et al. (2021) juga menemukan bahwa *social norms* berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan pada platform ride-hailing. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk terus menggunakan layanan bukan hanya hasil evaluasi individu, tetapi juga dipengaruhi oleh norma dan dukungan sosial di sekitar pengguna.

Dapat disimpulkan bahwa *social influence* berperan dalam memperkuat *continuance intention*, terutama ketika lingkungan sosial membentuk persepsi bahwa penggunaan layanan tertentu merupakan pilihan yang tepat dan umum digunakan.

### **2.1.4 Facilitating Conditions**

*Facilitating conditions* menggambarkan persepsi pengguna mengenai ketersediaan sumber daya dan dukungan yang memudahkan penggunaan layanan. Dalam konteks GrabBike, *facilitating conditions* mencakup perangkat dan koneksi

*internet yang mendukung, kemudahan aplikasi Grab saat digunakan, fitur pemesanan seperti titik jemput dan tujuan, serta kelancaran proses pemesanan.*

Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), *facilitating conditions* menjadi salah satu faktor yang memengaruhi *continuance intention* pada ride-sharing apps. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa memiliki sumber daya yang cukup dan dukungan yang memadai untuk menggunakan aplikasi, maka kecenderungan untuk melanjutkan penggunaan akan meningkat. Selain itu, Venkatesh et al. (2003) juga menekankan peran *facilitating conditions* sebagai bagian dari konstruk penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi.

Dapat disimpulkan bahwa *facilitating conditions* merupakan faktor pendukung yang penting, karena kelancaran dan kemudahan akses layanan akan memengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan GrabBike.

### **2.1.5 Economic Benefits**

*Economic benefits* mengacu pada persepsi pengguna terhadap keuntungan ekonomi yang diperoleh dari penggunaan layanan, seperti penghematan biaya, efisiensi waktu (yang bernilai ekonomis), serta manfaat nilai (*value*) yang dirasakan dari biaya yang dikeluarkan. Pada pasar ride-hailing yang kompetitif, *economic benefits* sering menjadi pertimbangan utama karena pengguna mudah membandingkan tarif dan manfaat antar platform.

Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), *economic benefits* terbukti memengaruhi *continuance intention* pengguna ride-sharing apps. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika pengguna merasakan keuntungan ekonomi, niat melanjutkan penggunaan cenderung meningkat. Lebih lanjut, penelitian oleh Si et al. (2022) juga menunjukkan bahwa *economic benefits* termasuk determinan *continuance intention* pada layanan dynamic ride-sharing. Selain itu, dalam konteks konsumen, Venkatesh et al. (2012) menekankan bahwa aspek nilai/biaya (*price value*) menjadi konstruk penting dalam menjelaskan niat perilaku penggunaan

teknologi, sehingga mendukung relevansi economic benefits dalam konteks layanan GrabBike.

Dapat disimpulkan bahwa persepsi keuntungan ekonomi menjadi faktor yang sangat relevan dalam meningkatkan continuance intention, karena pengguna cenderung melanjutkan penggunaan ketika layanan dinilai memberikan value yang menguntungkan.

### **2.1.6 Continuance Intention**

*Continuance intention* merupakan niat pengguna untuk terus menggunakan layanan setelah pengguna memiliki pengalaman penggunaan sebelumnya. Variabel ini penting dalam layanan ride-hailing karena menggambarkan keberlanjutan penggunaan di tengah persaingan layanan yang tinggi dan kemudahan pengguna untuk berpindah platform.

Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), continuance intention pada ride-sharing apps dipengaruhi oleh kombinasi faktor manfaat, dukungan sosial, dukungan kondisi penggunaan, dan keuntungan ekonomi. Selain itu, penelitian oleh Si et al. (2022) menegaskan bahwa continuance intention dipengaruhi oleh beberapa determinan penting, termasuk perceived usefulness dan economic benefits, yang menekankan bahwa keputusan melanjutkan penggunaan merupakan hasil evaluasi pengguna terhadap nilai dan pengalaman layanan.

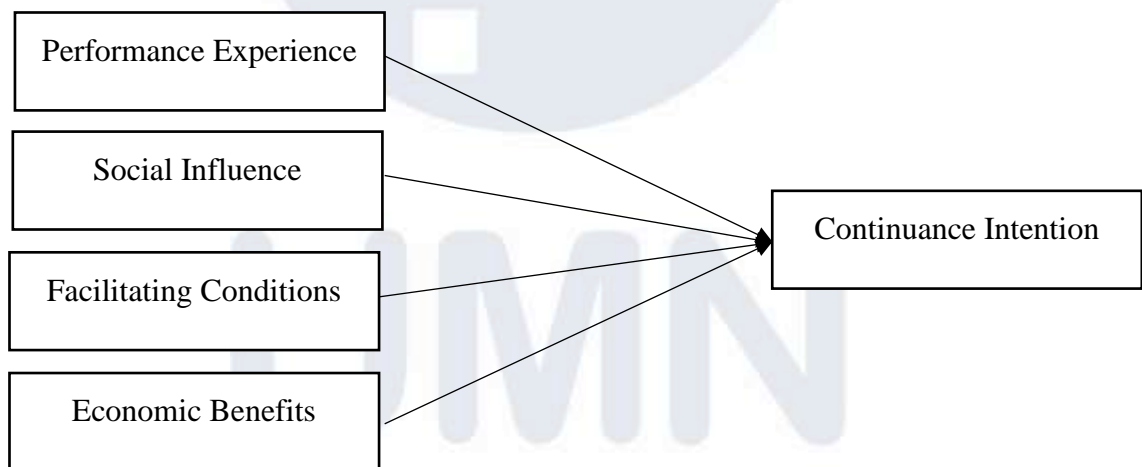
Dapat disimpulkan bahwa continuance intention merupakan indikator yang tepat untuk menilai keberlanjutan penggunaan GrabBike, karena merepresentasikan kecenderungan pengguna untuk tetap memilih layanan pada penggunaan berikutnya.

## 2.2 Model Penelitian

Model penelitian ini menguji pengaruh langsung empat variabel independen terhadap *continuance intention* pengguna GrabBike, tanpa memasukkan variabel mediator maupun variabel kontrol. Variabel-variabel yang digunakan adalah:

- X1: Performance experience (PE)
- X2: Social Influence (SI)
- X3: Facilitating Conditions (FC)
- X4: Economic Benefits (EB)
- Y: Continuance Intention (CI)

Hubungan model penelitian dirumuskan sebagai berikut:  
PE, SI, FC, EB → Continuance Intention



## 2.3 Hipotesis

### 2.3.1 Hubungan antara Performance experience dan Continuance Intention

*Performance Experience* menggambarkan manfaat dan kinerja layanan yang benar-benar dirasakan pengguna berdasarkan pengalaman setelah menggunakan GrabBike. Konstruk ini diadaptasi dari konsep *performance expectancy* pada konteks layanan ride-sharing, sehingga penilaiannya diarahkan pada pengalaman

nyata pengguna setelah memakai layanan. Menurut penelitian Gaber dan Elsamadicy (2021), persepsi manfaat dan kinerja layanan berpengaruh terhadap *continuance intention* pada ride-sharing apps. Selain itu, penelitian oleh Sedighi et al. (2021) serta Pandita et al. (2021) juga menunjukkan bahwa *perceived usefulness* atau kegunaan yang dirasakan memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pada platform ride-hailing/ride-sharing. Lebih lanjut, Elnadi dan Gheith (2022) menemukan bahwa *perceived usefulness* membentuk *attitude* yang kemudian menjadi prediktor penting *continuance intention*, sedangkan Akram et al. (2024) dan Lattu et al. (2023) menegaskan bahwa persepsi kegunaan atau kinerja aplikasi turut mendorong *continuous usage intention/continuance intention* pada konteks ride-hailing. Hal ini memperkuat bahwa ketika pengguna merasakan pengalaman kinerja layanan yang baik, kecenderungan untuk terus menggunakan layanan akan semakin tinggi.

Berdasarkan pengamatan peneliti, pengguna GrabBike cenderung mempertahankan penggunaan layanan ketika mereka merasa layanan tersebut mampu membantu mobilitas secara cepat, praktis, dan efisien. Dalam konteks pengguna di wilayah perkotaan seperti Tangerang, manfaat seperti lebih cepat mencapai tujuan, perjalanan yang lebih efisien, dan dukungan terhadap ketepatan waktu merupakan pertimbangan yang penting dalam keputusan penggunaan berulang. Hasil wawancara awal juga menunjukkan bahwa kedua responden menilai GrabBike membantu ketika mereka membutuhkan perjalanan cepat, terutama saat waktu terbatas dan kondisi lalu lintas padat. Meskipun demikian, mereka juga mengungkapkan bahwa pengalaman manfaat tersebut tidak selalu konsisten karena masih terdapat kendala seperti waktu tunggu yang lama dan titik penjemputan yang kurang akurat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif *performance experience* yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan GrabBike.

Dengan demikian, peneliti meyakini bahwa *performance experience* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*, karena pengguna yang merasakan

bahwa GrabBike membantu mereka mencapai tujuan lebih cepat, membuat perjalanan lebih efisien, dan mendukung aktivitas harian akan cenderung mempertahankan penggunaan layanan tersebut.

H1: Performance experience memiliki pengaruh positif terhadap Continuance Intention pengguna GrabBike di Tangerang.

### **2.3.2 Hubungan antara Social Influence dan Continuance Intention**

*Social Influence* menekankan peran dukungan lingkungan sosial (keluarga, teman, komunitas, dan norma sosial) dalam membentuk keputusan penggunaan layanan secara berkelanjutan. Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), social influence berpengaruh terhadap continuance intention pada ride-sharing apps. Sejalan dengan itu, Sedighi et al. (2021) menemukan bahwa social norms memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pada platform ride-hailing, yang menunjukkan bahwa dorongan dan persetujuan sosial dapat menguatkan keputusan untuk terus menggunakan layanan. Penelitian lain oleh Elnadi dan Gheith (2022) menegaskan social influence sebagai faktor pembentuk attitude, dan attitude tersebut berperan penting dalam menjelaskan continuance intention pada pengguna ride-hailing apps. Selanjutnya, penelitian oleh Pandita et al. (2021) turut menunjukkan subjective norms berhubungan dengan continuous intention, serta Lattu et al. (2023) menegaskan bahwa social influence merupakan faktor yang signifikan dalam mendorong niat pengguna (Gen Z) untuk melanjutkan penggunaan ride-hailing apps. Dengan demikian, semakin kuat pengaruh sosial yang dirasakan pengguna, semakin besar kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan GrabBike.

Berdasarkan pengamatan peneliti, keputusan menggunakan layanan ride-hailing seperti GrabBike sering kali dipengaruhi oleh kebiasaan dan rekomendasi orang-orang terdekat. Pada konteks sehari-hari, pengguna cenderung lebih yakin menggunakan suatu layanan ketika layanan tersebut juga digunakan, disarankan, atau dianggap wajar oleh lingkungan sosialnya. Hasil wawancara awal

memperlihatkan bahwa responden mahasiswa mulai menggunakan GrabBike karena dipengaruhi oleh teman dan keluarga yang lebih dulu menggunakan layanan tersebut, sedangkan responden mahasiswa intern juga menyatakan terdorong memakai layanan serupa karena banyak teman kantor yang menggunakannya. Temuan ini menunjukkan bahwa saran dari orang penting, kebiasaan lingkungan sekitar, dan pengaruh sosial yang berkembang dapat memperkuat keyakinan pengguna untuk terus menggunakan GrabBike.

Berdasarkan uraian tersebut, social influence dipandang memiliki pengaruh positif terhadap continuance intention. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar dorongan, rekomendasi, serta penerimaan dari lingkungan sosial terhadap penggunaan GrabBike, maka semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk tetap menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.

H2: Social Influence memiliki pengaruh positif terhadap Continuance Intention pengguna GrabBike di Tangerang.

### **2.3.3 Hubungan antara Facilitating Conditions dan Continuance Intention**

*Facilitating Conditions* menggambarkan dukungan sumber daya dan infrastruktur yang membuat layanan dapat digunakan dengan lancar, seperti ketersediaan perangkat, koneksi internet, kemudahan akses fitur aplikasi ketika mengalami kendala. Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), *facilitating conditions* memengaruhi continuance intention pada ride-sharing apps. Selain itu, Erwanti et al. (2018) juga menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap continuance intention pada penggunaan aplikasi GO-JEK (on-demand mobile service), yang menekankan pentingnya dukungan fasilitas untuk mempertahankan penggunaan. Dalam konteks aplikasi teknologi lainnya, Chen et al. (2023) menemukan bahwa *facilitating conditions* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap continuance intention penggunaan fintech applications. Selanjutnya, Tam et al. (2020) menempatkan *facilitating conditions* sebagai bagian dari konstruk UTAUT2 dalam menjelaskan continuance intention

penggunaan mobile apps (post-adoption), sedangkan Indrawati dan Putri (2018) juga memasukkan *facilitating conditions* dalam model modified UTAUT2 untuk memprediksi *continuance intention* pada adopsi e-payment (GoPay). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan akan semakin kuat ketika pengguna merasa memiliki dukungan yang memadai untuk mengakses dan menggunakan aplikasi.

Berdasarkan pengamatan peneliti, pengguna cenderung mempertahankan penggunaan GrabBike apabila proses penggunaan aplikasi terasa mudah, tidak rumit, dan didukung fasilitas yang memadai. Dalam layanan berbasis aplikasi, faktor seperti perangkat dan koneksi internet yang mendukung, kemudahan aplikasi, kejelasan fitur titik jemput dan tujuan, serta kelancaran proses pemesanan berpotensi meningkatkan kenyamanan pengguna. Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa kedua responden menilai aplikasi Grab cukup mudah digunakan dan tidak ribet, sehingga layanan dapat diakses dengan cepat ketika dibutuhkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *facilitating conditions* yang baik dapat memperkuat keputusan penggunaan berkelanjutan, karena pengguna cenderung tetap memakai layanan yang mudah dioperasikan dan tidak menambah hambatan dalam mobilitas sehari-hari.

Dengan demikian, peneliti meyakini bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*, karena semakin baik dukungan penggunaan yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk terus menggunakan GrabBike.

H3: *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention* pengguna GrabBike di Tangerang.

#### **2.3.4 Hubungan antara Economic Benefits dan Continuance Intention**

*Economic Benefits* menekankan bahwa pengguna mempertimbangkan nilai dan keuntungan ekonomis dari layanan, seperti tarif yang dianggap sepadan,

promo/insentif, efisiensi biaya, serta penghematan dibanding alternatif transportasi lain. Menurut penelitian oleh Gaber dan Elsamadicy (2021), economic benefits memengaruhi continuance intention pada ride-sharing apps. Lebih lanjut, penelitian oleh Si et al. (2022) menegaskan economic benefits sebagai determinan continuance intention pada layanan ride-sharing, sehingga keuntungan ekonomi menjadi alasan penting untuk mempertahankan penggunaan. Dalam konteks on-demand mobile service, Erwanti et al. (2018) juga menemukan price value berpengaruh signifikan terhadap continuance intention penggunaan GO-JEK, yang menggambarkan evaluasi manfaat-biaya yang dirasakan pengguna. Selanjutnya, Indrawati dan Putri (2018) menegaskan aspek penghematan (price saving orientation) sebagai faktor signifikan yang memengaruhi continuance intention pada adopsi e-payment (GoPay), sedangkan Tam et al. (2020) juga memasukkan price value sebagai salah satu konstruk UTAUT2 dalam menjelaskan continuance intention penggunaan mobile apps. Hal ini memperkuat bahwa persepsi keuntungan ekonomi menjadi pertimbangan penting dalam keputusan penggunaan berkelanjutan.

Berdasarkan pengamatan peneliti, pengguna layanan ride-hailing sangat peka terhadap pertimbangan biaya karena mereka memiliki banyak alternatif transportasi dan cenderung membandingkan tarif, promo, serta manfaat yang diterima. Pada konteks GrabBike, manfaat ekonomi tidak hanya berkaitan dengan harga yang lebih terjangkau, tetapi juga dengan persepsi bahwa layanan memberikan *value for money* yang baik. Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa kedua responden menilai harga dan promo sebagai faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan GrabBike. Responden mahasiswa menyatakan bahwa ketika ada promo, kecenderungan untuk menggunakan GrabBike menjadi lebih tinggi, sedangkan responden mahasiswa intern juga menyampaikan bahwa promo membuatnya lebih tertarik untuk memakai layanan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa keuntungan ekonomi yang dirasakan, baik dalam bentuk penghematan biaya maupun promo, berpotensi memperkuat niat penggunaan berkelanjutan.

Dengan demikian, peneliti meyakini bahwa economic benefits memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*, karena semakin besar keuntungan ekonomi yang dirasakan pengguna dari penggunaan GrabBike, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut.

H4: Economic Benefits memiliki pengaruh positif terhadap Continuance Intention pengguna GrabBike di Tangerang.

### 2.3.5 Hubungan antara Performance Experience, Social Influence, Facilitating Conditions, Economic Benefits, dan Continuance Intention

Continuance Intention pengguna layanan ride-hailing tidak hanya dijelaskan oleh satu faktor, melainkan dapat dipengaruhi oleh kombinasi pengalaman penggunaan, pengaruh lingkungan sosial, dukungan penggunaan aplikasi, dan manfaat ekonomi yang dirasakan. Dalam konteks GrabBike, keempat faktor tersebut saling melengkapi karena pengguna mempertimbangkan kemudahan layanan, pengalaman perjalanan, dorongan sosial, serta nilai ekonomis sebelum memutuskan untuk terus menggunakan layanan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis simultan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H5: Performance Experience, Social Influence, Facilitating Conditions, dan Economic Benefits secara simultan berpengaruh terhadap Continuance Intention pengguna GrabBike di Tangerang.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel yang Diteliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Venkatesh et al. (2003)	Performance Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions	Kuantitatif	Performance expectancy, social influence, dan facilitating conditions berperan dalam menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi.

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel yang Diteliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2	Venkatesh et al. (2012)	UTAUT2, Price Value, Behavioral Intention	Kuantitatif	Price value menjadi salah satu faktor penting dalam menjelaskan niat penggunaan teknologi pada konteks konsumen.
3	Bhattacharjee (2001)	Continuance Intention, Satisfaction	Kuantitatif	Continuance intention dipengaruhi oleh evaluasi pengguna setelah memiliki pengalaman menggunakan suatu sistem atau layanan.
4	Gaber & Elsamadicy (2021)	Performance Experience, Social Influence, Facilitating Conditions, Economic Benefits, Continuance Intention	Kuantitatif	Performance experience, social influence, facilitating conditions, dan economic benefits berpengaruh terhadap continuance intention pengguna ride-sharing apps.
5	Sedighi et al. (2021)	Perceived Usefulness, Trust, Social Norms, Continuance Intention	Kuantitatif	Perceived usefulness dan social norms berperan dalam menjelaskan niat penggunaan berkelanjutan pada layanan ride-hailing.
6	Fauzi & Sheng (2021)	Perceived Value, Satisfaction, Continuance Intention	Kuantitatif	Perceived value berpengaruh terhadap continuance intention pengguna layanan ride-hailing.
7	Si et al. (2022)	Economic Benefits, Performance Experience, Continuance Intention	Kuantitatif	Economic benefits dan performance experience menjadi determinan dalam mendorong continuance intention pada layanan ride-sharing.
8	Erwanti et al. (2018)	Facilitating Conditions, Price Value, Continuance Intention	Kuantitatif	Facilitating conditions dan price value berpengaruh terhadap continuance intention pada layanan on-demand mobile service.
9	Tam et al. (2020)	UTAUT2, Mobile Apps, Continuance Intention	Kuantitatif	Konstruk UTAUT2, termasuk facilitating conditions dan price value, dapat digunakan untuk menjelaskan continuance intention pengguna mobile apps.
10	Indrawati & Putri (2018)	Modified UTAUT2, Price Saving Orientation, Continuance Intention	Kuantitatif	Faktor penghematan dan kondisi pendukung penggunaan berperan dalam menjelaskan continuance intention pada layanan digital payment.