

# PENGARUH KEGUNAAN YANG DIPERSEPSIKAN DAN KENIKMATAN TERHADAP KESINAMBUNGAN NIAT LANJUTAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA PADANG

Salshabila Tyas Ayu Wiranti<sup>1)</sup>, Akmal<sup>2)</sup>  
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : [sbilla773@gmail.com](mailto:sbilla773@gmail.com), [drakmal210@gmail.com](mailto:drakmal210@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan era globalisasi saat ini. Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah teknologi jaringan internet. Internet hadir dengan keragaman fungsi khususnya yang mendukung kebutuhan informasi. Saat ini telah terjadi peningkatan penggunaan internet pada aplikasi seluler sosial. Dengan jumlah pengguna yang terus bertambah menjadikan aplikasi seluler sosial sangat populer di berbagai negara, baik negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia [1]. Pergeseran menuju Aplikasi seluler meningkatkan keterlibatan pengguna mungkin karena gagasan takut ketinggalan, yang menggambarkan perasaan terus-menerus yang mendorong individu untuk menghabiskan banyak waktu di Aplikasi seluler sosial di agar tidak melewatkan kesempatan penting untuk bersosialisasi [2]. Untuk mendukung argumen yang ditulis maka dilakukan survey pada data aplikasi seluler sosial tahun 2022 dimana instagram berada pada urutan keempat. Fenomena ini menjadi sebuah topik yang menarik untuk dibahas karena minimnya penelitian, diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai tambahan referensi yang dipergunakan untuk bahan perbandingan dan kerangka acuan untuk permasalahan yang sejenis serta dapat memberikan manfaat untuk instagram dalam mempertahankan keunggulan dalam penggunaan instagram.

## METODE

Penelitian ini tergolong dalam jenis

penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya Measurement Model Assessment (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square dan Q Square, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur Structural Model Assesment (SMA). Seluruh masyarakat kota Padang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Variabel kegunaan yang dipersepsikan dan kenikmatan dijadikan sebagai independen dan kesinambungan niat lanjutan sebagai dependen, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sample dengan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dikenal sebagai purposive sampling[3]. Ciri-ciri yang di pakai yaitu minimal 20 tahun, menggunakan aplikasi instagram dan memiliki niat berkelanjutan menggunakan instagram. Sampel diambil sebanyak 97 responden di hitung berdasarkan rumus Lemeshow, 1997. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner dengan skala likert lima jawaban.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat pengujian struktural yang dilakukan menggunakan Structural Model Assessment. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji T – *statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas dilakukan melalui *bootstrapping*[5]. Berikut hasil uji hipotesis:

Arah	Original Sample	T Statistik	P Values	Kesimpulan
KYD→KE	0,282	1,854	0,064	H1 ditolak
KEN→KE	0,382	2,476	0,013	H2 diterima
KE→KNL	0,083	0,676	0,499	H3 diterima
KYD→KNL	0,258	2,134	0,033	H4 diterima
KEN→KNL	0,399	3,329	0,001	H5 diterima
KYD→KE→K NL	0,023	0,606	0,545	H6 ditolak
KEN→KE→K NL	0,0321	0,585	0,559	H7 ditolak

Dari data diatas terlihat bahwa nilai original sample memiliki pengaruh arah yang positif yaitu 0,282 (kegunaan yang dipersepsikan ke kepuasan), 0,382 (kenikmatan ke kepuasan), 0,083 (kepuasan ke kesinambungan niat lanjutan), 0,258 (kegunaan yang dipersepsikan ke kesinambungan niat lanjutan), 0,399 (kenikmatan ke kesinambungan niat lanjutan), 0,023 (kepuasan sebagai pemediasi hubungan antara kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan), dan 0,032 (kepuasan sebagai pemediasi hubungan antara kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan). Kemudian terlihat juga bahwasanya kegunaan yang dipersepsikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan dengan melihat T statistik 1,854 < 1,96 dan nilai P values 0,064 > 0,05, kenikmatan berpengaruh terhadap kepuasan dengan melihat T statistik 2,476 sudah > 1,96 dan nilai P values 0,013 < 0,05, kepuasan tidak berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan dengan melihat T statistik 0,676 < 1,96 dan nilai P values 0,499 > 0,05, kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan dengan melihat T statistik 2,134 sudah > 1,96 dan nilai P values 0,033 < 0,05, kenikmatan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan dengan melihat T statistik 3,329 sudah > 1,96 dan nilai P values 0,001 < 0,05, kepuasan tidak memediasi hubungan kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan dengan melihat T statistik 0,606 < 1,96 dan P

values 0,545 > 0,05 dan kepuasan tidak memediasi hubungan kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan dengan melihat T statistik 0,585 < 1,96 dan P values 0,559 > 0,05.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah melalui tahap pengolahan data maka ditemukanlah bahwa kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh negatif terhadap kepuasan, kenikmatan berpengaruh positif terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh negatif terhadap kesinambungan niat lanjutan, kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh positif terhadap kesinambungan niat lanjutan, kenikmatan berpengaruh positif terhadap kesinambungan niat lanjutan, kepuasan tidak memediasi hubungan kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan dan kepuasan tidak memediasi hubungan kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan. Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas sampel, dan menambahkan satu variabel baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akdim, K., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps.
- [2] Schrock, A.R., 2015. Communicative affordances of mobile media: portability, availability, locatability, and multimediality. *Int. J. Commun.* 9 (18), 1229–1246.
- [3] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- [4] Lemeshow, 1997, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, UGM
- [5] Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang