

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties*, *Satisfaction*, *Habit* terhadap *Continuance Intention* pada aplikasi Facebook di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online. Responden dalam penelitian ini adalah 150 responden yang tinggal di Indonesia dan aktif dalam penggunaan aplikasi Facebook di dengan minimal pemakaian satu kali dalam seminggu.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melalui pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Analysis of moment structures* (AMOS 18.0). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Satisfaction* dan *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. *Perceived Enjoyment* dan *Social Ties* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction*. *Perceived Usefulness* dan *Social Ties* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Habit*. Sedangkan *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention*. *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Satisfaction*. *Perceived Enjoyment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Habit*

Kata kunci : *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties*, *Satisfaction*, *Habit*, *Continuance Intention*.

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties, Satisfaction, Habit toward Continuance Intention on Facebook app in Indonesia. The data used in research is primary data obtained from online questionnaires. Respondent in this study were 150 respondents who've been living in Indonesia and active using Facebook app with minimum of usage once a week.

The sampling technique of this study was non-probability sampling. This study uses a quantitative approach through statistical analysis. Tests conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of analysis of moment structures (AMOS 18.0) This result shows that Satisfaction and Habit have a positive and significant effect toward Continuance Intention. Perceived Enjoyment dan Social Ties have a positive and significant effect toward Satisfaction. Perceived Usefulness dan Social Ties have a positive and significant effect toward Habit. Meanwhile Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties don't have significant effect toward Continuance Intention. Perceived Usefulness don't have significant effect toward Satisfaction. Perceived Enjoyment don't have significant effect toward Habit

Key words: Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties, Satisfaction, Habit, Continuance Intention.