



YUNI PUSPITAWATI_222010300114_NEW
ID : 7206078bd27ff3282edb4277a87fdb891061afd3



File name : YUNI PUSPITAWATI_222010300114_NEW.txt	Submitter : UMSIDA Perpustakaan
Original file size : 3.74 MB	Submission date : July 13, 2026
Number of words : 4,470	Upload type : interface
	analysis end date : July 13, 2026

Summary (section 1/3)

Location of suspect texts in the document :



Included in the suspicious text score :

Similarities 2%

Passages with similarities to sources found in different collections.



AI detection 7%

Texts with stylistically similar formulations to AI-generated text.
This rate is an indicator, not proof. Check with the author that he/she has mastered the knowledge mentioned in the document.



Unrecognized languages 8%

Passages in which some of the vocabulary used is not part of the language dictionary. This may be an attempt by the author to modify the text to make detection impossible.



Not included in the percentage of suspicious texts :

Texts between quotes 3%

Passages between quotation marks, often revealing a quotation.

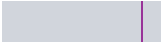
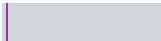
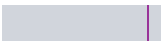
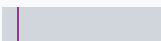
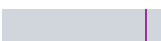
 Similarities

2%

Passages with similarities to sources found in different collections.



Source with incidental similarities

No.		Description	Similarities	Locations
1		PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHAD... ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/41302 ↗	<1%	
2		12699 ARTIKEL+ILMIAH+IKA+REV+2+(1) #3ae166 🔒 Comes from my group	<1%	
3		researchonline.ljmu.ac.uk researchonline.ljmu.ac.uk/id/eprint/17463/1/APJBA-2022-Accepted.pdf ↗	<1%	
4		loddosinstitute.org loddosinstitute.org/journal/index.php/JUSTIKPEN/article/download/104... ↗	<1%	
5		Continuance Intention Pada Aplikasi Mobile Payment Dengan... dx.doi.org/10.35746/jtim.v5i2.359 ↗	<1%	



Peran Confirmation dan System Quality Terhadap Peningkatan Continuance Intention Aplikasi Alfagift (Studi Pada Retail Alfamart)

The Role Of Confirmation And System Quality In Increasing Continuance Intention In The Alfagift Application (A Study At Alfamart Retail)

Yuni Puspitawati

NIM 222010300114

Dosen Pembimbing

Dr. Imelda Dian Rahmawati, SE. M.Ak., Ak., CA.

NIDN 0701017404

PROPOSAL SKRIPSI

Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Mei 2026

PERAN CONFIRMATION DAN SYSTEM QUALITY TERHADAP PENINGKATAN CONTINUANCE INTENTION APLIKASI ALFAGIFT (STUDI PADA RETAIL ALFAMART)

Yuni Puspitawati

1)Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: imeldadian@umsida.ac.id

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah mengubah cara perusahaan ritel dalam melayani konsumen, seperti aktivitas belanja yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini mulai bergeser ke layanan berbasis aplikasi. Perubahan tersebut mendorong perusahaan ritel untuk menyediakan berbagai layanan digital agar transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan praktis bagi pelanggan. Fenomena ini semakin relevan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan dominasi penggunaan perangkat mobile sebagai sarana utama dalam mengakses layanan digital[1]. Kondisi tersebut menjadikan aplikasi ritel mobile sebagai kanal strategis dalam mendukung aktivitas konsumsi masyarakat modern. Salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang merespons transformasi digital tersebut ialah Alfamart dengan meluncurkan sebuah aplikasi bernama Alfagift. Aplikasi ini dirancang untuk mengintegrasikan layanan belanja online yang terhubung dengan lebih dari 15.000 gerai Alfamart di seluruh Indonesia. Alfagift menyediakan fitur pembelian kebutuhan harian, promosi, poin keanggotaan, dan layanan pengiriman cepat. Kehadirannya bertujuan meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memberikan pengalaman belanja yang lebih praktis bagi konsumen.

Keberhasilan aplikasi ritel digital tidak hanya ditentukan oleh tingkat adopsi awal atau jumlah unduhan pengguna. Banyak pengguna berhenti menggunakan aplikasi setelah beberapa kali interaksi awal. Pada tahun 2020 dan 2021, terjadi penurunan pengguna yang signifikan, sebesar –10 % dan –44 % . Penurunan tersebut diperkirakan akibat

perubahan pola belanja konsumen ketika pembatasan sosial dilonggarkan dan pelanggan kembali berbelanja offline[2]. Persentase anggota aktif Alfagift juga relatif stabil namun rendah, turun dari sekitar 16,70% pada 2023 menjadi 16,29% pada Mei 2025[3]. Berdasarkan review pada Google Play Store, terdapat keluhan terkait ketersediaan produk, error sistem, kendala login, kendala layanan pesan antar (kendala waktu pengiriman) dan customer service yang kurang responsif[4]. Dalam konteks persaingan aplikasi ritel digital, kualitas pengalaman pengguna menjadi faktor pembeda yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen[5]. Oleh karena itu, tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah menjaga agar pengguna tetap menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Dalam kajian sistem informasi, perilaku tersebut dikenal sebagai *continuance intention*, yaitu niat pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem atau aplikasi setelah memperoleh pengalaman penggunaan awal[6].

Literatur sistem informasi menjelaskan bahwa *continuance intention* dipengaruhi oleh proses evaluasi pascapenggunaan yang dilakukan oleh pengguna. Salah satu teori utama yang menjelaskan fenomena tersebut adalah *Expectation Confirmation Model* (ECM). Model ini menyatakan bahwa keberlanjutan penggunaan suatu sistem ditentukan oleh tingkat *confirmation*, yaitu sejauh mana kinerja aktual sistem sesuai atau melebihi harapan awal pengguna[6]. Ketika harapan pengguna terkonfirmasi secara positif, maka akan terbentuk evaluasi yang mendorong niat penggunaan secara berkelanjutan. Selain faktor psikologis, keberlanjutan penggunaan aplikasi juga dipengaruhi oleh kualitas teknis sistem yang dikemukakan dalam *Information System Success Model*. *System quality* mencakup karakteristik sistem seperti kemudahan penggunaan, keandalan, kecepatan akses, fleksibilitas, dan keamanan. Kualitas sistem yang baik dapat meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan pengguna, sehingga mendorong penggunaan aplikasi dalam jangka panjang[7]. Dengan demikian, integrasi antara confirmation sebagai faktor psikologis dan system quality sebagai faktor teknis memberikan dasar konseptual yang komprehensif dalam menjelaskan determinan continuance intention yang pada konteks aplikasi digital tercermin dari keinginan untuk menggunakan kembali, menjadikannya pilihan utama, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Berbagai penelitian mengenai *continuance intention* telah dilakukan pada layanan digital, seperti dompet digital, aplikasi pembayaran, transportasi daring, dan e-commerce. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji aplikasi ritel berbasis omnichannel seperti Alfagift masih relatif terbatas, terutama di Indonesia. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menguji *confirmation* dan *system quality* secara terpisah. Padahal, kedua variabel tersebut berpotensi saling melengkapi dalam menjelaskan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan suatu aplikasi. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya ruang untuk mengembangkan penelitian pada konteks aplikasi ritel digital. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *confirmation* dan *system quality* terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi sekaligus menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan digital yang diberikan kepada pelanggan.

Pengembangan Hipotesis

Confirmation merupakan konstruk utama dalam ECM yang menggambarkan tingkat kesesuaian antara harapan awal pengguna dan kinerja aktual sistem. *Confirmation* positif terbentuk ketika kinerja sistem memenuhi atau melebihi ekspektasi pengguna, sehingga mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *confirmation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada berbagai konteks aplikasi digital[10],[11]. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: *confirmation* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift.

System quality merupakan persepsi pengguna terhadap kualitas teknis sistem yang meliputi kemudahan penggunaan, keandalan, kecepatan respons, fleksibilitas, dan keamanan. *System quality* yang baik akan meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan pengguna terhadap sistem, sehingga mendorong penggunaan sistem secara berkelanjutan. Sejumlah penelitian empiris membuktikan bahwa *system quality* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*, khususnya pada aplikasi mobile[10],[9]. Berdasarkan argument tersebut, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: *system quality* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini disusun berdasarkan *Expectation Confirmation Model* dan *Information System Success Model*. *Continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift dipengaruhi oleh faktor psikologis berupa *confirmation* dan faktor teknis berupa *system quality*. *Confirmation* merepresentasikan evaluasi pengguna terhadap kesesuaian harapan dan kinerja aktual aplikasi, sedangkan *system quality* menggambarkan kualitas teknis sistem

yang dirasakan pengguna. Secara konseptual, kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Confirmation (X1)

H1

Continuance Intention (Y)

System Quality(X2)

H2

II. Metode

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh *confirmation* dan *system quality* terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Penelitian ini merupakan *explanatory* research yang berfokus pada pengujian hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Alfagift di wilayah Sidoarjo dan Surabaya. Berfokus pada persepsi terhadap *confirmation*, *system quality*, dan *continuance intention*. Data diperoleh melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada pengguna aplikasi.

Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Referensi
<i>Confirmation</i>	Tingkat kesesuaian antara ekspektasi awal pengguna dengan kinerja aktual sistem setelah penggunaan, yang mencerminkan evaluasi pengalaman pascapenggunaan	1) Kesesuaian kinerja dengan harapan 2) Pengalaman melebihi ekspektasi 3) Pemenuhan kebutuhan pengguna 4) Keputusan penggunaan yang tepat	[6]
<i>System Quality</i>	Persepsi pengguna terhadap kualitas teknis sistem informasi yang mencakup kemudahan penggunaan, <u>keandalan, fleksibilitas, kecepatan respons, dan keamanan</u>	1) Kemudahan penggunaan 2) Kecepatan akses 3) Keandalan sistem 4) Fleksibilitas fitur 5) Keamanan data	[7]
<i>Continuance Intention</i>	Niat pengguna untuk terus menggunakan sistem informasi berdasarkan pengalaman aktual dan evaluasi manfaat setelah penggunaan awal	1) Niat penggunaan kembali 2) Preferensi terhadap sistem 3) Rencana penggunaan jangka panjang	[6]

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner online kepada pengguna aplikasi Alfagift yang memenuhi kriteria sebagai responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh *confirmation* dan *system quality* terhadap *continuance intention*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Alfagift. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi:

1. Memiliki aplikasi Alfagift.
2. Pernah menggunakan aplikasi Alfagift untuk melakukan transaksi atau aktivitas belanja.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak minimal 100 responden. Penentuan jumlah tersebut disesuaikan dengan kebutuhan analisis pada penelitian kuantitatif sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online menggunakan skala Likert lima poin, yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan disebarakan melalui media online seperti Google Form kepada pengguna aplikasi Alfagift.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan regresi linier berganda melalui SPSS untuk menguji pengaruh *confirmation* dan *system quality* terhadap *continuance intention*. Analisis dilakukan secara bertahap, meliputi pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, estimasi regresi, pengujian hipotesis (uji t dan F), serta perhitungan koefisien determinasi (R^2).

LAMPIRAN INSTRUMEN KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian:

Peran *Confirmation* dan *System Quality* terhadap Peningkatan *Continuance Intention* Aplikasi Alfagift (Studi Pada Ritel Alfamart).

Petunjuk Pengisian:

Berikan tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan kondisi dan pengalaman Anda selama menggunakan aplikasi Alfagift.

Skala yang digunakan adalah skala Likert 1–5:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

2. Usia

☐ < 20 tahun

☐ 20–25 tahun

☐ 26–30 tahun

☐ > 30 tahun

3. Frekuensi penggunaan Alfagift dalam 1 bulan terakhir

☐ 1–2 kali

☐ 3–5 kali

☐ > 5 kali

4. Apakah Anda pernah melakukan transaksi melalui Alfagift?

☐ Ya

☐ Tidak

Pernyataan Penelitian

1.1 Confirmation (X1)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
C1	Kinerja aplikasi Alfagift sesuai dengan harapan saya.	☐	☐	☐	☐	☐
C2	Pengalaman menggunakan Alfagift lebih baik dari yang saya bayangkan sebelumnya.	☐	☐	☐	☐	☐
C3	Fitur yang tersedia di Alfagift memenuhi kebutuhan belanja saya.	☐	☐	☐	☐	☐
C4	Keputusan saya menggunakan Alfagift adalah keputusan yang tepat.	☐	☐	☐	☐	☐

2.1 System Quality (X2)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
SQ1	Aplikasi Alfagift mudah digunakan.	☐	☐	☐	☐	☐
SQ2	Aplikasi Alfagift memiliki waktu akses yang cepat.	☐	☐	☐	☐	☐
SQ3	Aplikasi Alfagift jarang mengalami error atau gangguan.	☐	☐	☐	☐	☐
SQ4	Fitur dalam aplikasi Alfagift cukup fleksibel dan lengkap.	☐	☐	☐	☐	☐
SQ5	Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan Alfagift.	☐	☐	☐	☐	☐

3.1 Continuance Intention (Y)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
CI1	Saya berniat terus menggunakan Alfagift di masa mendatang.	☐	☐	☐	☐	☐
CI2	Alfagift akan menjadi pilihan utama saya dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari.	☐	☐	☐	☐	☐
CI3	Saya berencana menggunakan Alfagift dalam jangka panjang.	☐	☐	☐	☐	☐
CI4	Saya bersedia merekomendasikan Alfagift kepada orang lain.	☐	☐	☐	☐	☐

ANALISIS DATA DAN PENJELASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh *confirmation* dan *system quality* terhadap *continuance intention*.

1. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment.

Kriteria:

· $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} (\alpha = 0,05)$

· $\text{Sig} < 0,05$

Apabila seluruh item memenuhi kriteria tersebut, maka instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha di atas 0,70 dan cukup reliabel pada rentang 0,60–0,70. Nilai alpha yang melebihi 0,70 pada seluruh variabel menunjukkan bahwa instrumen konsisten dan stabil.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum regresi dilakukan, data harus memenuhi asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

Data dikatakan normal jika $Sig > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Dilihat dari:

· $VIF < 10$

· $Tolerance > 0,10$

Jika terpenuhi, maka tidak terjadi korelasi tinggi antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menggunakan uji Glejser.

Jika $Sig > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi yang digunakan:

$$CI = \beta_0 + \beta_1 CONF + \beta_2 SQ + \varepsilon$$

Keterangan:

CI = Continuance Intention

$CONF$ = Confirmation

SQ = System Quality

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

ε = Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria:

· $Sig < 0,05 \rightarrow$ berpengaruh signifikan

· $Sig > 0,05 \rightarrow$ tidak signifikan

Interpretasi:

Jika *confirmation* signifikan dan bernilai positif, maka semakin tinggi kesesuaian harapan pengguna terhadap kinerja aplikasi, semakin tinggi pula niat penggunaan berkelanjutan.

Jika system quality signifikan dan bernilai positif, maka semakin baik kualitas teknis aplikasi, semakin besar kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi.

b. Uji F (Simultan)

Digunakan untuk menilai pengaruh *confirmation* dan *system quality* secara bersama-sama terhadap *continuance intention*. Model dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Misalnya, R^2 sebesar 0,65 berarti 65% variasi *continuance intention* dijelaskan oleh *confirmation* dan *system quality*, sedangkan 35% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan memanfaatkan platform *Google Forms* kepada 100 responden. Seluruh data yang terkumpul kemudian direkap dan diolah menggunakan Microsoft Excel untuk memudahkan proses pengecekan, seperti mengidentifikasi data yang belum lengkap maupun jawaban yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 66 orang atau 66%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 34 orang atau 34%. Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada kelompok usia di bawah 20 tahun dengan jumlah 50 orang (50%). Mayoritas responden juga berdomisili di Sidoarjo dan memiliki status sebagai pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 59%. Ditinjau dari pengalaman penggunaan aplikasi Alfagift, mayoritas responden telah menggunakan aplikasi tersebut selama lebih dari satu tahun dengan persentase 44%. Sementara itu, frekuensi penggunaan yang paling banyak ditemukan adalah 1–2 kali dalam satu bulan, yaitu sebesar 49%. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah cukup familiar dengan penggunaan aplikasi sehingga mampu memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka secara langsung.

3.2 Uji Validasi

Kriteria:

· $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$

· $r_{\text{tabel}} = 0,195$

Variabel Confirmation (X1)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,91	0,195	Valid
X1.2	0,81	0,195	Valid
X1.3	0,80	0,195	Valid
X1.4	0,86	0,195	Valid

Variabel Sistem Quality (X2)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,73	0,195	Valid
X2.2	0,75	0,195	Valid
X2.3	0,76	0,195	Valid
X2.4	0,74	0,195	Valid
X2.5	0,71	0,195	Valid

Variabel Continuance Intention (Y)

<u>Item Pernyataan</u>	<u>R hitung</u>	<u>R tabel</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Y1.1</u>	<u>0,85</u>	<u>0,195</u>	<u>Valid</u>
<u>Y1.2</u>	<u>0,88</u>	<u>0,195</u>	<u>Valid</u>
<u>Y1.3</u>	<u>0,88</u>	<u>0,195</u>	<u>Valid</u>
<u>Y1.4</u>	<u>0,81</u>	<u>0,195</u>	<u>Valid</u>

Dari tabel diatas dapat disimpulkan jika seluruh item memiliki nilai r hitung > r tabel, sehingga semua item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

<u>Variabel</u>	<u>Alpha</u>	<u>Keterangan</u>
<u>X1</u>	<u>0,872</u>	<u>Reliabel</u>
<u>X2</u>	<u>0,795</u>	<u>Reliabel</u>
<u>Y</u>	<u>0,878</u>	<u>Reliabel</u>

Hasil pengujian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel *confirmation* sebesar 0,872, *system quality* sebesar 0,795, dan *continuance intention* sebesar 0,878. Seluruh nilai tersebut berada di atas 0,70 sehingga seluruh variabel dinyatakan **reliabel** .

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal. Pengujian menggunakan **Kolmogorov-Smirnov Test** . Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,011. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga secara statistik residual tidak berdistribusi normal. Namun berdasarkan grafik **Normal P-P Plot** , titik-titik residual masih menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak menunjukkan penyimpangan yang ekstrem. Oleh karena itu, model regresi masih dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

<u>Coefficientsa</u>							
<u>Model</u>	<u>Unstandardized Coefficients</u>	<u>Standardized Coefficients</u>	<u>t</u>	<u>Sig.</u>	<u>Collinearity Statistics</u>		
	<u>B</u>	<u>Std. Error</u>	<u>Beta</u>			<u>Tolerance</u>	<u>VIF</u>
<u>1</u>	<u>(Constant)</u>	<u>,289</u>	<u>,999</u>		<u>,290</u>	<u>,773</u>	
	<u>X1</u>	<u>,662</u>	<u>,085</u>	<u>,637</u>	<u>7,828</u>	<u>,000</u>	<u>,394</u>
	<u>X2</u>	<u>,253</u>	<u>,076</u>	<u>,270</u>	<u>3,312</u>	<u>,001</u>	<u>,394</u>
<u>a. Dependent Variabel: Y</u>							

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Hasil pengujian menunjukkan nilai tolerance masing-masing variabel sebesar 0,394 dan nilai VIF sebesar 2,536. Karena nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi **tidak mengalami multikolinearitas** .

3.3.3 Uji Heteroskedastitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,694	,632		4,261	,000
	X1	-,033	,054	-,096	-,613	,541
	X2	-,054	,048	-,174	-,115	,268
a. Dependent Variable: ABSRES						

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi variabel *confirmation* sebesar 0,541 dan *system quality* sebesar 0,268. Karena kedua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi **tidak mengalami heteroskedastisitas**.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *confirmation* dan *system quality* terhadap *continuance intention*. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,289 + 0,662X1 + 0,253X2$$

Nilai konstanta sebesar 0,289 menunjukkan bahwa apabila variabel *confirmation* dan *system quality* dianggap konstan, maka *continuance intention* memiliki nilai sebesar 0,289. Koefisien regresi variabel *confirmation* sebesar 0,662 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *confirmation* akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,662. Koefisien regresi variabel *system quality* sebesar 0,253 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *system quality* akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,253.

3.5 Pengujian Hipotesis

3.5.1 Uji T (Parsial)

Variabel	T hitung	T tabel	Kriteria
X1	7,828	1,984	Berpengaruh
X2	3,312	1,984	Berpengaruh

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *confirmation* memiliki nilai t hitung sebesar 7,828 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *confirmation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Variabel *system quality* memiliki nilai t hitung sebesar 3,312 dengan signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, H1 dan H2 diterima.

3.5.2 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	584,604	2	292,302	142,797	,000b

	<u>Residual</u>	<u>198,556</u>	<u>97</u>	<u>2,047</u>		
	<u>Total</u>	<u>783,160</u>	<u>99</u>			
a. <u>Dependent Variabel: Y</u>						
b. <u>Predictors: (Constant), X2, X1</u>						

F hitung > F tabel (ada pengaruh)

F hitung : 142,797

F tabel : 3,09

Dilihat dari nilai Sig 0,00 < 0,05 menunjukkan bahwa setiap variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y.

3.6 Koefisien Determinasi (R²)

<u>Model Summary^b</u>				
<u>Model</u>	<u>R</u>	<u>R Square</u>	<u>Adjusted R Square</u>	<u>Std. Error of the Estimate</u>
<u>1</u>	<u>,864a</u>	<u>,746</u>	<u>,741</u>	<u>1,431</u>
a. <u>Predictors: (Constant), X2, X1</u>				
b. <u>Dependent Variabel: Y</u>				

Nilai R Square sebesar 0,746 menunjukkan bahwa variabel *confirmation* dan *system quality* mampu menjelaskan *continuance intention* sebesar 74,6%, sedangkan sisanya sebesar 25,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

3.7 Pembahasan Pengaruh Confirmation terhadap Continuance Intention

Hasil uji t, menunjukkan jika variabel *confirmation* memiliki nilai t hitung sebesar **7,828** dengan nilai signifikansi **0,000**. Nilai tersebut berada di bawah 0,05 dan nilai t hitung juga lebih besar dari t tabel yakni sebesar 1,984. Dari hasil tersebut dapat diketahui jika variabel *confirmation* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *confirmation* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keinginan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi Alfagift. Semakin sesuai kinerja aplikasi dengan harapan awal pengguna, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Kondisi ini dapat terjadi karena pengguna biasanya memiliki ekspektasi tertentu sebelum menggunakan aplikasi. Setelah aplikasi digunakan, pengguna akan menilai apakah pengalaman yang dirasakan sesuai dengan harapan sebelumnya atau tidak. Ketika pengguna merasa bahwa fitur yang tersedia, kemudahan penggunaan, serta layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan mereka, maka akan terbentuk penilaian positif terhadap aplikasi.

Penilaian positif tersebut kemudian mendorong munculnya rasa yakin bahwa keputusan menggunakan Alfagift merupakan keputusan yang tepat. Perasaan tersebut secara tidak langsung akan meningkatkan niat pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi pada kesempatan berikutnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori **Expectation Confirmation Model (ECM)** yang dikemukakan oleh Anol Bhattacharjee. Teori ini menjelaskan bahwa *confirmation* berperan penting dalam menentukan keberlanjutan penggunaan suatu sistem. Ketika pengalaman aktual pengguna sesuai atau melebihi ekspektasi awal, maka kecenderungan untuk terus menggunakan sistem juga akan semakin tinggi. Temuan dalam penelitian ini juga sejalan dengan penelitian [11] yang menyatakan bahwa *confirmation* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* pada layanan mobile payment. Selain itu, penelitian [8] ini juga menunjukkan bahwa *confirmation* memiliki peran penting dalam meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan pada pengguna aplikasi Alfagift. Kesamaan hasil tersebut semakin memperkuat bahwa *confirmation* merupakan faktor yang berpengaruh dalam mendorong pengguna untuk tetap menggunakan suatu aplikasi secara berkelanjutan.

3.8 Pembahasan Pengaruh System Quality terhadap Continuance Intention

Hasil uji t, menunjukkan jika variabel *system quality* memperoleh nilai t hitung sebesar **3,312** dengan nilai signifikansi **0,001**. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni sebesar 1,984. Dari hasil tersebut dapat diketahui jika variabel *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas sistem memiliki kontribusi terhadap keputusan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Dengan kata lain, semakin baik kualitas sistem yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut. Dalam penelitian ini, kualitas sistem mencakup beberapa aspek, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keandalan sistem, fleksibilitas fitur, serta keamanan data. Aspek-aspek tersebut menjadi hal yang cukup diperhatikan oleh pengguna saat menggunakan sebuah aplikasi digital.

Pengguna pada umumnya akan merasa lebih nyaman ketika aplikasi dapat berjalan dengan lancar, tidak sering mengalami error, dan memiliki respon yang cepat saat digunakan. Sebaliknya, apabila aplikasi sering mengalami gangguan teknis seperti loading lama atau error ketika transaksi berlangsung, maka hal tersebut dapat menurunkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi kembali. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan **Information System Success Model** yang dikembangkan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean. Model tersebut menjelaskan bahwa kualitas sistem merupakan salah satu indikator utama keberhasilan sistem informasi. Sistem dengan kualitas yang baik cenderung mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih nyaman dan efektif bagi penggunanya. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian [12] yang menemukan bahwa *system quality* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* pada platform digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem yang baik, seperti kemudahan akses, stabilitas aplikasi, dan kecepatan respon, menjadi faktor penting dalam mempertahankan pengguna agar tetap menggunakan aplikasi dalam jangka panjang.

3.9 Pembahasan Pengaruh Confirmation dan System Quality terhadap Continuance Intention Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar **142,797**. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan F tabel yakni sebesar 3,09. Selain itu, nilai signifikansi sebesar **0,000** juga menunjukkan angka yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan jika variabel *confirmation* dan *system quality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai **R Square sebesar 0,746**. Artinya, variabel *confirmation* dan *system quality* mampu menjelaskan variabel *continuance intention* sebesar **74,6%**, sedangkan sisanya sebesar **25,4%** dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menggambarkan bahwa model penelitian yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan *continuance intention* pengguna. Artinya, keputusan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi beberapa faktor yang saling berkaitan. Pada penelitian ini terlihat bahwa *confirmation* memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan *system quality*.

IV Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, *confirmation* dan *system quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Alfagift. Di antara kedua variabel tersebut, *confirmation* memberikan pengaruh yang lebih besar, sehingga kesesuaian antara harapan pengguna dengan pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan secara berkelanjutan. Sementara itu, *system quality* turut mendukung *continuance intention* melalui kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan keandalan aplikasi. Secara bersama-sama, kedua variabel mampu menjelaskan *continuance intention* sebesar 74,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan Alfagift dipengaruhi oleh kualitas sistem sekaligus kemampuan aplikasi dalam memenuhi harapan pengguna.

Pengelola aplikasi Alfagift disarankan untuk terus menjaga kualitas sistem dengan meningkatkan stabilitas aplikasi, mempercepat waktu respons, dan meminimalkan terjadinya *error*. Selain itu, pengalaman pengguna perlu terus ditingkatkan melalui layanan dan fitur yang sesuai dengan harapan agar pengguna terdorong untuk tetap menggunakan aplikasi. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *continuance intention*, seperti *satisfaction*, *perceived usefulness*, *trust*, atau *perceived value*. Penelitian juga dapat dilakukan pada aplikasi ritel digital lain atau dengan cakupan responden yang lebih luas sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Referensi

[1] W. O. Lee, H. T. Huam, and R. N. R. Yusof, "Determinants of mobile shopping apps continuance intention: A review

and proposed conceptual model,” *Journal of Entrepreneurship and Business*, vol. 12, no. 1, pp. 77–90, 2024.

[2] S. Y. Sakti, N. Farida, dan Ngatno, “Pengaruh e-service quality dan perceived value terhadap repurchase intention melalui e-satisfaction sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna aplikasi Alfagift di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 310–317, 2024.

[3] A. S. Rahmawati dan B. Prabowo, “Pengaruh omnichannel retailing terhadap customer retention melalui customer engagement dan customer satisfaction dengan technology acceptance model sebagai variabel moderasi (Studi pada pengguna aplikasi Alfagift di Jabodetabek),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, vol. 5, no. 3, pp. 245–262, 2025.

[4] A. Firdaus, “Analisis sentimen pada aplikasi Alfagift menggunakan metode naïve bayes classifier,” Bachelor’s thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.

[5] S. L. Ng, S. Rezaei, N. Valaei, and M. Iranmanesh, “Modelling services continuance intention: Evidence from apps stores,” *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, vol. 16, no. 2, pp. 256–281, 2024.

[6] A. Bhattacharjee, “Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model,” *MIS Quarterly*, vol. 25, no. 3, pp. 351–370, 2001.

[7] W. H. DeLone and E. R. McLean, “The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update,” *Journal of Management Information Systems*, vol. 19, no. 4, pp. 9–30, 2003.

[8] N. R. Dewi, S. H. Wijoyo, and A. D. Herlambang, “Analisis hubungan antara confirmation, system quality, dan information quality terhadap continuance intention pengguna Alfagift,” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 9, no. 8, 2025.

[9] G. A. Abbasi, Y. N. Goh, M. Iranmanesh, and F. Liébana-Cabanillas, “Determinants of continuous intention to use retail apps: A hybrid PLS-ANN approach,” *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 32, no. 3, pp. 413–434, 2024.

[10] H. Y. Choi and S. S. Kim, “How is satisfaction with online-to-offline app formed? Importance of confirmation through offline experience,” *SAGE Open*, vol. 12, no. 4, 2022.

[11] M. Y. Ubaidillah, E. Pramana, and F. H. Chandra, “Continuance intention pada aplikasi mobile payment dengan menggunakan extended expectation confirmation model,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, vol. 5, no. 2, pp. 149–161, 2023.

[12] Y. Song, L. Gui, H. Wang, and Y. Yang, “Determinants of continuous usage intention in community group buying platform in China: Based on the information system success model and the expanded technology acceptance model,” *Behavioral Sciences*, vol. 13, no. 11, 2023.

[13] R. L. Oliver, “A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions,” *Journal of Marketing Research*, vol. 17, no. 4, pp. 460–469, 1980.

[14] D. Kurniawan, F. H. Chandra, and E. Pramana, “Continuance intention pengguna online food delivery di Indonesia dengan menggunakan extended expectation confirmation model,” *Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology*, vol. 7, no. 1, pp. 27–36, 2025.

[15] H. R. Mulyasa and R. A. Tjahyadi, “Pengujian mobile service quality terhadap continuance intention: Perceived value sebagai variabel mediasi,” *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 16, no. 1, pp. 87–102, 2025.

[16] D. I. Berlianawati, Nurabiah, and R. Ridhawati, “Exploring the mind of Gen Z: Deciphering e-wallet adoption through the lens of TPB theory,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, vol. 19, no. 1, pp. 133–150, 2024.

[17] R. W. Tyas and N. Azizah, “Analisa kepuasan pengguna dompet digital DANA melalui continuance use intention dengan expectation confirmation model,” *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, vol. 14, no. 2, pp. 126–140, 2022.

[18] M. Al Amin, A. M. Muzareba, I. U. Chowdhury, and M. Khondkar, “Understanding e-satisfaction, continuance intention, and e-loyalty toward mobile payment application during COVID-19: An investigation using the electronic technology continuance model,” *Journal of Financial Services Marketing*, 2023.

[19] S. H. Chuang, C. C. Ou, and Y. X. Wang, "Exploring the influence of smart applications and website service quality by SmartPLS software on continuous online shopping intention," in Proc. IEEE 3rd Int. Conf. Electronic Communications, Internet of Things and Big Data (ICEIB), 2023, pp. 36–40.