

# Apakah Kualitas Antar Muka Berpengaruh pada Niat Penggunaan Terus (*Use Continuance Intention*) Aplikasi Gojek? Sebuah Studi pada Kalangan Generasi Z

Irwin Austin<sup>1\*</sup>, Bilson Simamora<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jalan Yos Sudarso Kav 87, Sunter, Jakarta, 14350, Indonesia.

<sup>1</sup>Alamat email: irwinaustin80@gmail.com

<sup>2</sup>Alamat email: bilson.simamora@kwikkiangie.ac.id

\*Penulis korespondensi

---

**Abstract :** *Generation Z is known for being critical and highly sensitive to prices, promotions, and technology. It is interesting to investigate how they use an application continuously. The authors postulate that the application's user interface quality is the key. Therefore, this research aims to investigate the influence of user interface quality on use continuation intention among Generation Z. To answer this research problem, the authors collected data using online questionnaires via Google Forms from 170 respondents selected through judgmental sampling. Data are analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) with the help of WarpPLS 8.0. This study reveals that simplicity, directionality, informativeness, user-friendliness, comprehensiveness, personalization, and internal factors have a positive and significant effect on use continuation intention, while connectivity, interactivity, and continuity have no effect.*

**Keywords :** *user interface quality, customer loyalty, Gojek, continuance use intention*

**Cite :** Austin, I., & Simamora, B. (2026). Apakah Kualitas Antar Muka Berpengaruh pada Niat Penggunaan Terus (*Use Continuance Intention*) Aplikasi Gojek? Sebuah Studi pada Kalangan Generasi Z. *Global Research on Economy, Business, Communication, and Information*, 3(1), 62-79. <https://doi.org/10.46806/grebuci.v3i2.1895>

---

## 1. PENDAHULUAN

Gojek adalah salah satu aplikasi yang menyediakan layanan transportasi secara *online*. Perusahaan Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim pada tanggal 13 Oktober 2010. Sampai saat ini, dengan kenaikan hingga 300.000 pesanan per harinya, Gojek telah menjadi perusahaan dengan tingkatan *Unicorn* pertama di Indonesia. Selain menyediakan layanan transportasi *online*, Gojek juga menawarkan beragam layanan lainnya, seperti: pengiriman barang, pengantaran makanan, pembayaran secara digital, dan lain-lain. Aplikasi ini telah menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan yang tak terpisahkan khususnya generasi muda yaitu Generasi Z. Per tahun 2024, layanan Gojek bisa diakses oleh 158 Kota dan Kabupaten di Indonesia.

Aplikasi Gojek merupakan sebuah inovasi dalam bidang teknologi yang menawarkan berbagai macam layanan yang dapat membantu dan memudahkan konsumen dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Aplikasi ini tersedia sepanjang waktu dan dapat digunakan di berbagai lokasi sehingga, akan sangat bermanfaat bagi setiap masyarakat dalam membantu kelancaran kegiatannya baik untuk mobilitas

ataupun kegiatan lain secara efektif dan efisien. Inovasi digital yang telah dilakukan oleh Gojek memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional. Studi yang telah dilakukan oleh Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI), mengungkapkan bahwa PT Gojek Tokopedia Tbk (GoTo) berkontribusi terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia pada tahun 2023. Dengan nilai sebesar Rp 259,6 triliun hingga Rp 392 triliun.

Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui *Google Playstore*, aplikasi Gojek telah diunduh sebanyak seratus juta lebih pengguna dengan total rata-rata penilaian sebesar 4.6 (Skala 5). Jumlah unduhan ini menandakan bahwa aplikasi Gojek memiliki banyak pilihan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, aplikasi Gojek juga sudah terintegrasi dengan *mobile banking* seperti BCA, Mandiri, dan bank-bank lainnya, sehingga dapat meningkatkan tingkat efisiensi penggunaan aplikasi dan kemudahan pembayaran bagi pengguna. Kemudahan penggunaan aplikasi inilah yang akan meningkatkan loyalitas pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Gojek dan memicu timbulnya niat untuk melakukan penggunaan aplikasi secara berulang. Kepraktisan ini tidak lepas dari perancangan *user interface* yang dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pengguna ketika menggunakan sebuah aplikasi. Desain *user interface* yang menarik dan jelas dapat membantu pengguna dalam berinteraksi dengan sistem-sistem dan fitur yang ada dalam sebuah aplikasi sehingga dapat memudahkan penggunaan aplikasi secara efektif dan efisien.

*User interface* berperan sebagai jembatan yang menghubungkan antara pengguna dan aplikasi yang digunakan. Antarmuka pengguna (*user interface*) sebuah aplikasi harus dirancang dengan optimal agar setiap pengguna dapat dengan mudah memahami dan mengoperasikan aplikasi. Jika sebuah UI pada sebuah aplikasi buruk dan membingungkan, tentunya akan berdampak kepada keberlangsungan sebuah aplikasi itu sendiri yang di mana dapat mengakibatkan hilangnya minat pengguna dan beralih ke aplikasi sejenis yang menawarkan UI yang lebih efektif dan efisien (Buana & Sari, 2022).

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh di era kemajuan teknologi. Oleh karena itu, generasi ini sangat mahir memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan dan generasi ini lahir pada kurun waktu tahun 1997 hingga 2012 (Urba et al., 2024). Dikarenakan sudah sangat familiar dengan teknologi, generasi ini sudah sangat terbiasa dalam menggunakan berbagai macam jenis *gadget*. Untuk menunjang kegiatan sehari-hari, mereka membutuhkan layanan yang cepat, mudah, serta praktis seperti aplikasi Gojek. Selain itu, generasi ini dikenal sangat kritis dan memiliki sensitivitas tinggi terhadap harga, promosi, serta berbagai aspek lainnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan mempelajari karakteristik pola perilaku Generasi Z.

Berdasarkan data dari Goodstats (2023), selama lima tahun terakhir, komposisi penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z dengan jumlah sekitar 74.93 juta jiwa, kemudian pada urutan kedua disusul oleh generasi millennial dengan jumlah sekitar 69.38 juta jiwa, selanjutnya Generasi X menempati urutan ketiga dengan jumlah sekitar 58.65 juta jiwa, dan seterusnya. Komposisi penduduk ini, terutama pada urutan pertama yaitu Generasi Z membuka peluang bagi sebuah perusahaan untuk memperluas pangsa pasar yang dimiliki contohnya adalah penggunaan aplikasi Gojek. Sebagai salah satu generasi yang aktif secara digital, Generasi Z memiliki potensi untuk menggunakan layanan-layanan digital yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek.

Penelitian tentang pengaruh *user Interface* terhadap *use continuation intention* sebelumnya juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *user interface* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen secara simultan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas *user interface*, maka tingkat loyalitas konsumen juga dapat meningkat (Matondang & Hapsari, 2023). Kemudian, pada penelitian dengan variabel serupa ditemukan hasil bahwa hubungan *user interface* yang ramah pengguna dengan tingkat *use continuation intention* memiliki korelasi positif signifikan yang berarti bahwa untuk meningkatkan *use continuation intention*, dapat dilakukan melalui pengembangan UI, sehingga konsumen akan nyaman dalam menggunakan aplikasi dan cenderung untuk melakukan penggunaan berulang (Septanto et al., 2024). Meskipun penelitian telah dilakukan oleh beberapa peneliti, Penelitian mengenai pengaruh kualitas *user interface* terhadap *use continuation intention*, khususnya pada Generasi Z masih terbatas. Oleh karena itu, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas *user interface* terhadap *use continuation intention* pada kalangan Generasi Z dan masalah penelitian adalah pengaruh kualitas *user interface* terhadap *use continuation intention* konsumen Generasi Z pada aplikasi Gojek.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Aplikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), aplikasi adalah program pada mesin komputer atau pada *software* yang dirancang untuk menjalankan suatu tugas. Program-program yang dirancang tersebut dapat dirancang secara khusus sesuai dengan tujuan tertentu, seperti aplikasi Gojek yang dapat digunakan setiap penggunanya untuk memesan layanan transportasi secara daring, makanan, dan layanan-layanan lainnya. Di sisi lain, Wahyuni dan Irawan (2020) mendefinisikan aplikasi sebagai sebuah program yang dirancang untuk digunakan oleh pengguna dengan menjalankan berbagai perintah guna memperoleh hasil yang akurat sesuai dengan tujuan perancangannya. Terdapat pendapat lainnya oleh Sihombing dan Yanris, (2020) yang menyatakan bahwa aplikasi merupakan sebuah perangkat lunak yang berisikan kode program tertentu dan dalam penggunaannya menghubungkan pengguna (*user*) dan perangkat keras secara langsung ketika program tersebut dijalankan.

### 2.2. User Interface

Hawa (2022) mengartikan *user interface* (UI) sebagai elemen visual yang ada pada sebuah aplikasi, perangkat lunak, perangkat keras, dan *website*, yang menentukan cara seorang pengguna dalam berinteraksi dengan produk tersebut. Zamri dan Al Subhi (2015) menyatakan bahwa *user interface* adalah sebuah elemen yang penting untuk setiap aplikasi yang bertindak sebagai mediator interaksi antara pengguna dan aplikasi itu sendiri dan juga mengindikasikan kemampuan, kredibilitas, dan tingkat penerimaan dan kegunaan aplikasi oleh setiap pengguna. Kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna dapat ditingkatkan melalui integrasi desain visual, interaksi, dan struktur informasi.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka kualitas *user interface* merupakan keseluruhan aspek dan atribut dari elemen visual, interaksi, serta informasi dalam suatu aplikasi yang menentukan sejauh mana antarmuka pengguna tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna, meningkatkan kemudahan penggunaan, serta

memberikan pengalaman yang optimal kepada pengguna dalam berinteraksi dengan sebuah aplikasi.

Menurut (Kotler et al., 2022), kualitas dapat diartikan sebagai keseluruhan aspek dan atribut suatu barang atau jasa yang menentukan sejauh mana kemampuannya dalam memenuhi permintaan, baik yang tersurat maupun tersirat serta mampu melampaui ekspektasi konsumen. Yulianto et al. (2020) mendefinisikan kualitas atau mutu sebagai suatu tingkatan baik atau buruknya suatu *output* yang dapat berupa produk atau jasa yang dihasilkan dari proses tertentu dan sesuai dengan ketentuan atau standar kebutuhan yang diinginkan oleh orang-orang pada umumnya.

Kotler dan Keller (2016) kualitas produk dapat ditentukan berdasarkan dimensi-dimensi atau elemen-elemennya. Menurut Zamri dan Al Subhi (2015), terdapat sepuluh elemen *User Interface*, yakni: *Connectivity, Simplicity, Directional, Informative, Interactivity, User Friendliness, Comprehensiveness, Continuity, Personalization, Internal*. Dalam penelitian ini, elemen-elemen tersebut digunakan sebagai variabel pengukuran kualitas *user interface*.

### 2.3. *Use continuation intention*

Kotler et al. (2022) menjelaskan bahwa *use continuation intention* merujuk pada komitmen yang teguh dan berkelanjutan dalam memilih atau menggunakan kembali produk atau jasa favorit di masa mendatang meskipun terdapat kondisi tertentu dan strategi pemasaran yang berpotensi mendorong pelanggan untuk beralih. Hidayat et al. (2024) menyatakan *use continuation intention* adalah kecenderungan pelanggan untuk secara terus mengonsumsi kembali atau menggunakan terus barang atau menggunakan jasa dari penyedia secara konsisten pada periode tertentu. Dalam studi ini, *use continuation intention* adalah melakukan penggunaan secara berulang (*repeated behavior*) atau penggunaan terus-menerus (*use continuation*), yang diukur melalui niat untuk terus menggunakan aplikasi dalam jangka panjang.

### 2.4. Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Menurut Bagozzi (2010), adalah *intention* (niat) adalah komitmen, rencana, atau keputusan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau mencapai tujuan tertentu, yang sering kali mentransformasikan alasan atau sikap menjadi perilaku nyata. Sedangkan menurut Morwitz dan Munz (2021), niat (*intention*) atau niat perilaku (*behavioral intention*) adalah sejauh mana seseorang memutuskan atau berketetapan hati untuk melakukan suatu tindakan tertentu.

Pramita dan Danibrata (2021) menyatakan niat perilaku ditandai oleh kecenderungan seseorang menyampaikan pendapat tentang perusahaan, baik itu hal yang positif maupun negatif, berdasarkan pengalaman yang diterima. Selain itu, niat perilaku juga mencakup keinginan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, serta terdapat keinginan untuk kembali memanfaatkan barang atau jasa yang tersedia. Sehingga, mempelajari niat perilaku sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk menjaga loyalitas dan pembelian berulang pelanggan.

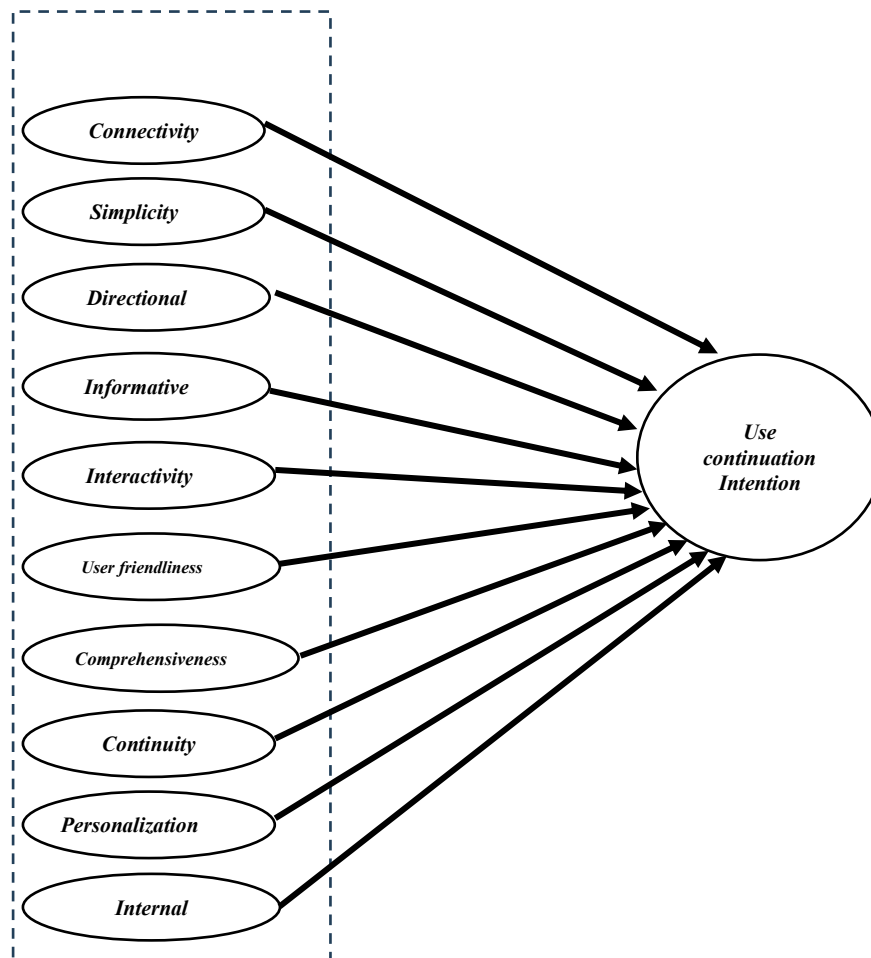
Chao (2019) menganggap bahwa *behavioral intention* adalah sejauh mana seseorang secara sadar merencanakan atau merumuskan rencana mengenai apakah akan melakukan perilaku tertentu di masa yang akan datang. Perilaku di masa depan tersebut dapat berupa menjadi loyal terhadap sebuah merek ataupun dapat membantu sebuah

merek dalam melakukan promosi *word of mouth* yang dapat membantu dalam meningkatkan citra merek yang positif.

Dimensi-dimensi niat perilaku yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari (Flowers et al. (2017), yaitu keinginan (*willingness*), kemungkinan (*possibility*), dan harapan (*expectation*).

## 2.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam studi ini bersifat structural, di mana variabel independent adalah kualitas *user interface* (X1) dan variabel dependen adalah niat menggunakan terus (*use continuation*) (Gambar 1). Adapun penjelasan tentang jalur-jalur hubungan adalah seperti dijelaskan berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### 2.5.1. Pengaruh *Connectivity* terhadap *use continuation intention*

Elemen konektivitas dalam sebuah aplikasi berfungsi untuk mempermudah pengguna dalam mengakses aplikasi ataupun informasi dengan waktu yang singkat. Kecepatan dalam mengakses suatu aplikasi tentu akan mempengaruhi kenyamanan pengguna. Jika waktu yang dibutuhkan cenderung lama atau bahkan aplikasi sulit untuk diakses, maka pengguna akan beralih ke aplikasi lain yang dapat lebih mudah untuk

diakses. Sebaliknya, waktu yang sangat cepat ketika menggunakan aplikasi akan memudahkan dan memberi rasa nyaman kepada pengguna.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, elemen *connectivity* memiliki pengaruh positif dan signifikan dan pengguna merasa puas ketika menggunakan aplikasi dan kepuasan pengguna akan mendorong terciptanya *use continuation intention* (Wahyuni & Dewi, 2018)

H1: *Connectivity* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

### 2.5.2. Pengaruh *simplicity* terhadap *use continuation intention*

Elemen *simplicity* atau kesederhanaan merupakan sebuah elemen yang cukup penting. Elemen ini menandakan bahwa desain aplikasi yang sederhana akan mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi. Kesederhanaan ini mencakup tata letak jelas, teks ataupun tipografi yang mudah dibaca dan informasi yang ringkas. Kesederhanaan ini akan membuat pengguna menjadi lebih fokus ketika menggunakan aplikasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, elemen *simplicity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Verkijika, 2020)

H2: *Simplicity* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

### 2.5.3. Pengaruh *directional* terhadap *use continuation intention*

Elemen *directional* berfungsi untuk memandu pengguna melalui berbagai tahapan yang jelas, sehingga penggunaan aplikasi dapat dengan mudah dimengerti oleh pengguna dan tidak membingungkan. Jika aplikasi tidak memiliki panduan yang jelas ketika digunakan, tentu dapat menyulitkan pengguna untuk mengoperasikan aplikasi. Oleh karena itu, elemen *directional* memiliki peran yang penting.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, elemen *directional* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yang di mana elemen ini dapat memandu pengguna dalam mengoperasikan aplikasi dengan baik (Wahyuni & Dewi, 2018).

H3: *Directional* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

### 2.5.4. Pengaruh *informative* terhadap *use continuation intention*

Elemen *informative* juga merupakan salah satu elemen yang krusial dalam sebuah aplikasi. Elemen ini berfungsi untuk menyampaikan sebuah informasi yang dapat berupa *feedback* atau umpan balik. Hal ini penting untuk diketahui oleh pengguna bahwa terdapat respon terhadap aksi yang mereka lakukan ketika menggunakan aplikasi. Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan bahwa elemen *informativeness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Amarin & Wijaksana, 2021).

H4: *Informative* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.



#### 2.5.5. Pengaruh *interactivity* terhadap *use continuation intention*

Elemen *interactivity* mencakup komunikasi atau interaksi antara pengguna dan perangkat yang digunakan. Elemen ini memiliki pengertian bahwa sebuah aplikasi memiliki penempatan tombol, *icon*, dan navigasi yang jelas dan tidak rumit. Sehingga, pengguna akan mudah dalam menjelajahi halaman aplikasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa, semakin jelas dan interaktif sebuah aplikasi seperti menyediakan tombol kembali, tombol home, ataupun tombol selanjutnya, akan memudahkan pengguna dalam menjalankan aplikasi sehingga menciptakan kepuasan pengguna yang akan mengarah ke loyalitas (Wahyuni & Dewi, 2018).

H5: *Interactivity* berpengaruh positif *use continuation intention*.

#### 2.5.6. Pengaruh *user friendliness* terhadap *use continuation intention*

Keramahan antarmuka pengguna dapat memberikan berbagai macam manfaat, salah satunya adalah dapat membantu pengguna untuk mengerti dan mengoperasikan suatu aplikasi dengan mudah dan cepat tanpa harus menggunakan buku manual. Selain itu antarmuka pengguna yang ramah dan dibangun dengan baik serta ringkas, dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan bahwa *user friendliness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Al-Emadi et al., 2021). Pengguna yang puas ketika mengoperasikan suatu aplikasi cenderung akan bersifat loyal dan menggunakan aplikasi secara terus-menerus.

H6: *User friendliness* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

#### 2.5.7. Pengaruh *comprehensiveness* terhadap *use continuation intention*

Elemen *comprehensiveness* pada sebuah aplikasi mencakup kemampuan suatu aplikasi dalam menyediakan fitur dan layanan yang lengkap serta terintegrasi. Hasil penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa kelengkapan (*comprehensiveness*) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Wahyuni & Dewi, 2018).

H7: *Comprehensiveness* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

#### 2.5.8. Pengaruh *continuity* terhadap *use continuation intention*

Elemen *continuity* merujuk pada konsistensi sebuah aplikasi dalam mempertahankan warna, ukuran, tata letak fitur secara berkesinambungan. Jika komponen-komponen tersebut selalu berubah-ubah dalam waktu yang singkat, tentu akan mempengaruhi persepsi pengguna ketika menggunakan suatu aplikasi dan dapat membingungkan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan bahwa *continuity* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Wahyuni & Dewi, 2018).

H8: *Continuity* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

### 2.5.9. Pengaruh *personalization* terhadap *use continuation intention*

Elemen personalisasi dalam sebuah aplikasi tentu merupakan faktor yang penting dalam sebuah aplikasi. Dengan melakukan personalisasi, pengguna dapat dengan lebih mudah dalam menggunakan aplikasi karena telah disesuaikan dengan kebutuhan ataupun riwayat penggunaan aplikasi. Berdasarkan studi yang telah dilakukan, *Personalization* memiliki pengaruh positif terhadap *use continuation intention* (Hartanto, 2024). Personalisasi tidak hanya memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan, namun juga dapat mendorong pengguna untuk tidak berpindah kepada platform lain.

H9: *personalization* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

### 2.5.10. Pengaruh *internal* terhadap *use continuation intention*

Elemen *internal* dalam sebuah aplikasi merujuk pada kemampuan fleksibilitas aplikasi terhadap ukuran perangkat yang dimiliki oleh pengguna. Fleksibilitas tersebut dapat berupa ukuran layar maupun ukuran memori perangkat yang berbeda-beda. Hal ini harus dipertimbangkan untuk mencegah terjadinya *error* ketika menggunakan aplikasi. Jika pengguna mengakses aplikasi menggunakan perangkat yang memiliki ukuran layar ataupun memori yang lebih besar/kecil, hal tersebut tidak menjadi masalah ketika menggunakan aplikasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, menyatakan *internal* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ketika menggunakan aplikasi (Wahyuni & Dewi, 2018).

H10: *Internal* berpengaruh positif terhadap *use continuation intention*.

## 3. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang di mana subjek penelitian merupakan pengguna aplikasi Gojek Generasi Z dan menggunakan aplikasi Gojek selama enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling* yaitu teknik penentuan sampel, di mana seorang peneliti secara selektif memilih unit sampel yang memenuhi atau sesuai dengan penetapan kriteria yang diinginkan (Schindler, 2022).

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google forms*. Menurut (Hair et al., 2019), secara umum, para peneliti tidak meneliti sampel yang kurang dari 50 dan idealnya, jumlah sampel yang memadai adalah 100 responden atau lebih. Ketentuan umum dalam menentukan sampel adalah lima kali lebih besar dari total item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dengan rasio 10:1 akan lebih baik. Dalam penelitian ini, terdapat 13 item pertanyaan, maka ukuran sampel minimum yang dibutuhkan sebanyak  $13 \times 10 = 130$  responden. Selain itu, dikarenakan menggunakan model SEM (*Structural Equation Modelling*) yang membutuhkan data besar, maka peneliti memutuskan untuk meningkatkan hingga 170 responden.

Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan WarpPLS 8.0. Variabel-variabel *user interface* diukur dengan *single-item measures*. Artinya, pengukuran sebuah dimensi hanya menggunakan satu buah item pertanyaan. Menurut Allen et al. (2022), pengukuran dengan *single-item* menunjukkan



bahwa pengukuran ini juga valid dan reliabel seperti pengukuran *multi-item* lainnya. Use continuation intention diukur menggunakan tiga variabel/

*Confirmatory factor analysis* dilakukan untuk memverifikasi struktur internal variabel use continuation intention dengan menggunakan nilai *loading factor* dan *average variance extracted*. AVE dapat diterima jika nilai yang diperoleh adalah  $\geq 0.50$  (Hair et al., 2019). Namun, nilai AVE yang  $< 0.50$  masih dapat diterima jika nilai *composite reliability* memadai dalam artian melebihi minimalnya yaitu  $\geq 0.60$  (Maruf et al., 2021). Selain itu, Menurut (AERA et al., 2014), terdapat verifikasi bukti yang harus diperiksa oleh peneliti ketika melakukan penelitian yaitu: *Test content evidence*, *Response process evidence*, *Internal structure evidence*, *Relation to other variable evidence*, dan *Consequences of testing evidence*. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan *Test content evidence*, *Response process evidence*, dan *Internal structure evidence* untuk mengukur validitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan menganalisis nilai dari *composite reliability*.

## 4. HASIL

### 4.1. Profil Responden

Kebanyakan responden adalah pelajar dan mahasiswa, tinggal di luar Jabodetabek dan menggunakan aplikasi Gojek dua atau tiga kali dalam seminggu (Tabel 1).

Tabel 1  
Profil Responden

|                               |                         |     |                |
|-------------------------------|-------------------------|-----|----------------|
| Jenis Kelamin                 | Laki-laki               | 50  | 29%            |
|                               | Perempuan               | 120 | <b>71%</b>     |
| Pekerjaan                     | Pelajar/Mahasiswa       | 126 | <b>74.12%</b>  |
|                               | Karyawan                | 36  | 21.18%         |
|                               | Ibu Rumah Tangga        | 4   | 2.35%          |
|                               | Lainnya                 | 4   | 2.35%          |
| Domisili                      | Jakarta                 | 47  | 27.65 %        |
|                               | Bogor                   | 4   | 2.35 %         |
|                               | Depok                   | 7   | 4.12 %         |
|                               | Tangerang               | 5   | 2.94 %         |
|                               | Bekasi                  | 8   | 4.71 %         |
|                               | Luar Jabodetabek        | 99  | <b>58.24%</b>  |
| Frekuensi Penggunaan Aplikasi | 1 kali dalam seminggu   | 15  | 8.82 %         |
|                               | 2-3 kali dalam seminggu | 59  | <b>34.71 %</b> |
|                               | > 3 kali dalam seminggu | 55  | 32.35 %        |
|                               | Tidak tentu             | 41  | 24.12 %        |

Pada konstruk kualitas *user interface*, butir pernyataan UI 6 yaitu “Saya dapat dengan mudah mengerti dan menggunakan setiap layanan yang disediakan oleh aplikasi Gojek” memiliki persentase respon positif tertinggi sebesar 88.3%. Sedangkan, respon positif terendah berada pada butir pernyataan UI 10: “Tampilan pada aplikasi Gojek menarik, dapat diakses oleh perangkat dengan spesifikasi rendah, dan ketika terjadi error, cepat untuk diatasi” dengan persentase sebesar 58.2% (Lampiran 1).

Selanjutnya, untuk konstruk loyalitas niat penggunaan aplikasi, butir pernyataan L1 yaitu “Saya ingin terus menggunakan aplikasi Gojek sesuai keperluan”

memperoleh respon positif tertinggi dengan nilai persentase sebesar 85.3%. Sedangkan, untuk respon positif terendah berada pada butir pernyataan L 2, yaitu "Saya terus menggunakan aplikasi Gojek sekalipun aplikasi lain sejenis menawarkan berbagai insentif" dengan nilai persentase sebesar 57%.

Kemudian, setiap indikator konstruk *use continuation intention* memiliki *factor loading*  $\geq 0.50$ . Kemudian, nilai *composite reliability* juga memiliki nilai  $\geq 0.50$ . Nilai AVE pada konstruk *use continuation intention* adalah  $0.435 < 0.50$ . Namun, karena nilai *composite reliability* berada pada angka yang cukup tinggi yaitu 0.698 (mendekati 0.70), maka nilai AVE tetap dapat diterima. Dari kedua variabel tersebut, variabel kualitas *user interface* tidak digunakan.

#### 4.2. Goodness-of-fit

Hasil pengujian *goodness-of-fit* yang dilakukan menggunakan software WarpPLS 8.0 menunjukkan bahwa model memenuhi seluruh kriteria model *fit*. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa seluruh model struktural adalah *fit* dan dapat digunakan.

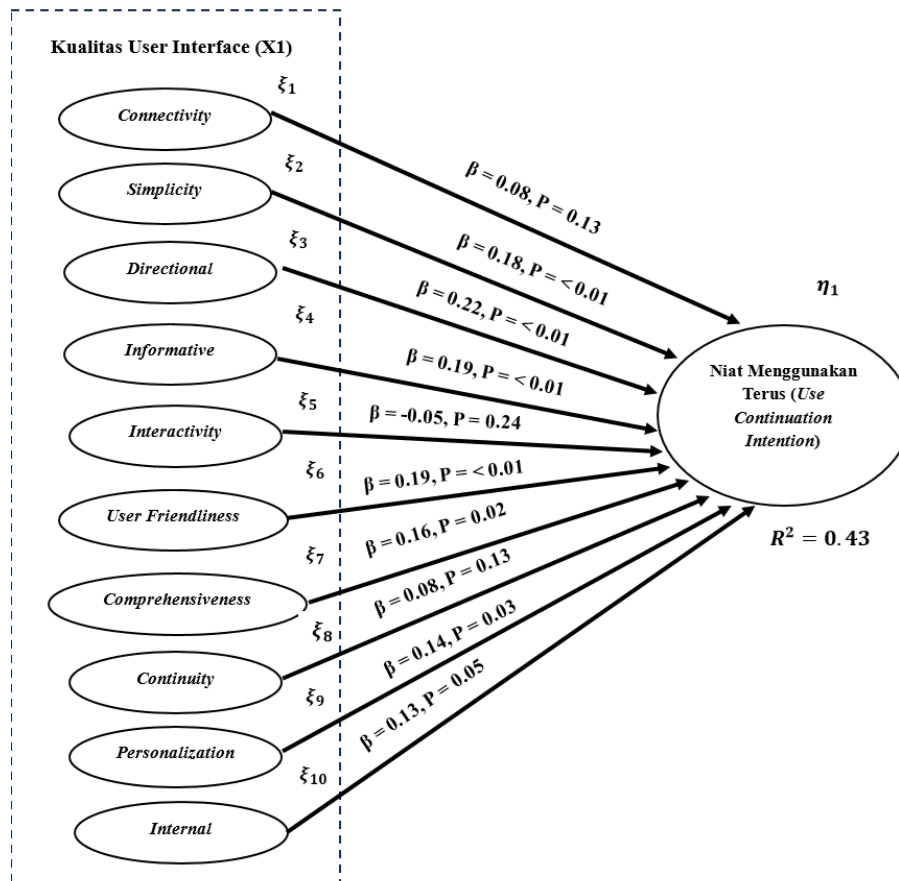
Tabel 4  
Hasil Uji Goodness-of-fit

| Model Fit   | Kriteria Fit  | Nilai Output       | Hasil      |
|---|---|--------------------|------------|
| <i>Average Path Coefficient (APC)</i>                         | $P \leq 0.05$   | 0.143, $P = 0.014$ | <i>Fit</i> |
| <i>Average R-squared (ARS)</i>                                | $P \leq 0.05$   | 0.427, $P < 0.001$ | <i>Fit</i> |
| <i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>                      | $P \leq 0.05$   | 0.391, $P < 0.001$ | <i>Fit</i> |
| <i>Average Block VIF (AVIF)</i>                               | Dapat diterima jika $\leq 5$ , idealnya $\leq 3.3$          | 1.190              | <i>Fit</i> |
| <i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>                  | Dapat diterima jika $\leq 5$ , idealnya $\leq 3.3$          | 1.258              | <i>Fit</i> |
| <i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>                                    | Kecil $\geq 0.1$ , Menengah $\geq 0.25$ , Besar $\geq 0.36$ | 0.637              | <i>Fit</i> |
| <i>Simpson's Paradox Ratio (SPR)</i>                          | Dapat diterima jika $\geq 0.7$ , idealnya = 1               | 0.900              | <i>Fit</i> |
| <i>R-squared Contribution Ratio (RSCR)</i>                    | Dapat diterima jika $\geq 0.9$ , idealnya = 1               | 0.974              | <i>Fit</i> |
| <i>Statistical Supression Ratio (SSR)</i>                     | Dapat diterima jika $\geq 0.7$                              | 1.000              | <i>Fit</i> |
| <i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i> | Dapat diterima jika $\geq 0.7$                              | 0.900              | <i>Fit</i> |

#### 4.3. Evaluasi Model Struktural

Dilihat melalui Gambar 2, maka persamaan struktural yang dihasilkan dari output adalah sebagai berikut:

$$CL = 0.08 * Connectivity + 0.18 * Simplicity + 0.22 * Directional + 0.19 * Informative - 0.05 * Interactivity + 0.19 * User Friendliness + 0.16 * Comprehensiveness + 0.08 * Continuity + 0.14 * Personalization + 0.13 * Internal, R^2 = 0.43$$



Gambar 2

## Model Struktural

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana varians variabel eksogen dapat menjelaskan variabel laten endogen dalam model struktural. Pada Gambar 4.2, diketahui bahwa nilai  $R^2$  untuk konstruk *use continuation intention* (*customer loyalty*) adalah sebesar 0.43 yang artinya *connectivity*, *simplicity*, *directional*, *informative*, *interactivity*, *user friendliness*, *comprehensiveness*, *continuity*, *personalization*, *internal* dapat menjelaskan *use continuation intention* sebesar 43%, sisanya yaitu sebesar 57% dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 5

## Pengaruh Langsung antar Konstruk Penelitian

| Dari - Ke                                      | Path Coefficients | P-Value | Hasil            |
|--|-------------------|---------|------------------|
| Connectivity – use continuation intention      | 0.084             | 0.132   | Tidak signifikan |
| Simplicity – use continuation intention        | 0.180             | 0.008   | Signifikan       |
| Directional – use continuation intention       | 0.218             | 0.002   | Signifikan       |
| Informative – use continuation intention       | 0.189             | 0.006   | Signifikan       |
| Interactivity – use continuation intention     | -0.054            | 0.239   | Tidak signifikan |
| User Friendliness – use continuation intention | 0.194             | 0.005   | Signifikan       |
| Comprehensiveness – use continuation intention | 1.161             | 0.016   | Signifikan       |
| Continuity – use continuation intention        | 0.083             | 0.135   | Tidak signifikan |
| Personalization – use continuation intention   | 0.139             | 0.032   | Signifikan       |
| Internal – use continuation intention          | 0.126             | 0.047   | Signifikan       |

Dilihat melalui hasil yang diperoleh dari Tabel 5, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh *connectivity* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.084 dengan *P-Value* 0.132 ( $> 0.05$ ), sehingga Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *connectivity* terhadap *use continuation intention* ditolak.
2. Pengaruh *simplicity* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.180 dengan *P-Value* 0.008 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *simplicity* terhadap *use continuation intention* diterima.
3. Pengaruh *directional* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.218 dengan *P-Value* 0.002 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *directional* terhadap *use continuation intention* diterima.
4. Pengaruh *informative* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.189 dengan *P-Value* 0.006 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *informative* terhadap *use continuation intention* diterima.
5. Pengaruh *interactivity* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar -0.054 dengan *P-Value* 0.239 ( $> 0.05$ ), sehingga Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *interactivity* terhadap *use continuation intention* ditolak dan terdapat pengaruh negatif.
6. Pengaruh *user friendliness* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.194 dengan *P-Value* 0.005 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 6 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *user friendliness* terhadap *use continuation intention* diterima.
7. Pengaruh *comprehensiveness* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.161 dengan *P-Value* 0.016 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 7 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *comprehensiveness* terhadap *use continuation intention* diterima.
8. Pengaruh *continuity* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.083 dengan *P-Value* 0.135 ( $> 0.05$ ), sehingga Hipotesis 8 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *continuity* terhadap *use continuation intention* ditolak.
9. Pengaruh *personalization* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.139 dengan *P-Value* 0.032 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 9 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *personalization* terhadap *use continuation intention* diterima.
10. Pengaruh *internal* terhadap *use continuation intention* memiliki *path coefficients* sebesar 0.126 dengan *P-Value* 0.047 ( $< 0.05$ ), sehingga Hipotesis 10 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *internal* terhadap *use continuation intention* diterima.

## 5. PEMBAHASAN

### 5.1. Pengaruh *connectivity* terhadap *use continuation intention*

Temuan dalam studi ini mengindikasikan bahwa *connectivity* berpengaruh positif namun tidak kuat terhadap *use continuation intention*. Hasil ini berbanding

terbalik dengan Hipotesis 1 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *connectivity* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin baik konektivitas yang ada pada aplikasi Gojek tidak berpengaruh kuat terhadap *use continuation intention*. Setiap aplikasi tentunya telah dirancang sedemikian rupa agar dapat stabil dan dijalankan dengan baik. Salah satu penghambat konektivitas sebuah aplikasi adalah kualitas jaringan. Kualitas jaringan yang buruk dapat mempersulit pengaksesan sebuah aplikasi. Sehingga, kelancaran dalam menggunakan aplikasi didasarkan pada kualitas jaringan yang dimiliki oleh setiap penggunaanya.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Wahyuni & Dewi, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *connectivity* terhadap *use continuation intention*.

## 5.2. Pengaruh *simplicity* terhadap *use continuation intention*

Dari hasil analisis penelitian, diperoleh hasil bahwa *simplicity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 2 yang di mana menyebutkan terdapat pengaruh positif signifikan *simplicity* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin sederhana tata letak, desain, dan warna yang dimiliki oleh aplikasi Gojek berpengaruh signifikan dan meningkatkan *use continuation intention* karena akan memudahkan pengguna untuk mengakses aplikasi dan mengingat kegunaan dan fitur-fitur yang ada dengan lebih cepat.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Verkijika, 2020) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *simplicity* terhadap *use continuation intention*.

## 5.3. Pengaruh *directional* terhadap *use continuation intention*

Hasil yang didapat pada penelitian ini, mengungkapkan bahwa *directional* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 3 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *directional* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin mudah aplikasi Gojek dalam memberikan arahan kepada pengguna, terutama pengguna baru akan berpengaruh signifikan dan meningkatkan *use continuation intention* karena pengguna akan dapat dengan mudah mengerti dan tidak bingung ketika mengakses aplikasi Gojek.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Wahyuni & Dewi, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *directional* terhadap *use continuation intention*.

## 5.4. Pengaruh *informative* terhadap *use continuation intention*

Penelitian ini menghasilkan data yang menunjukkan bahwa *informative* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 4 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *informative* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin informatif aplikasi Gojek dalam memberikan informasi kepada pengguna, akan berpengaruh signifikan dan meningkatkan *use continuation intention*.

karena pengguna mendapatkan *feedback* atas aksi yang dilakukannya ketika mengoperasikan aplikasi Gojek.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Amarin & Wijaksana, 2021) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *informative* terhadap *use continuation intention*.

#### **5.5. Pengaruh *interactivity* terhadap *use continuation intention***

Hasil yang didapat pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *interactivity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini berbanding terbalik dengan Hipotesis 5 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *interactivity* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin buruk *interactivity* yang dimiliki oleh aplikasi Gojek, tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hal tersebut dapat terjadi karena setiap pengguna cenderung lebih memprioritaskan utilitas dari sebuah aplikasi daripada fitur-fitur yang interaktif. Selain itu, fitur interaktif yang berlebihan juga dapat mengganggu pengalaman ketika menggunakan sebuah aplikasi.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Wahyuni & Dewi, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *interactivity* terhadap *use continuation intention*.

#### **5.6. Pengaruh *user friendliness* terhadap *use continuation intention***

Hasil yang didapat pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *user friendliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 6 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *user friendliness* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin ramah aplikasi Gojek terhadap penggunanya seperti mudah dan cepat untuk dioperasikan, serta tersedia berbagai macam bahasa yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, akan berpengaruh signifikan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Al-Emadi et al., 2021 bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *user friendliness* terhadap *use continuation intention*.

#### **5.7. Pengaruh *comprehensiveness* terhadap *use continuation intention***

Hasil yang didapat pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *comprehensiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 7 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *comprehensiveness* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin lengkap layanan dan fitur yang disediakan oleh aplikasi Gojek serta layanan tersebut terintegrasi, akan berpengaruh signifikan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Wahyuni & Dewi, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *comprehensiveness* terhadap *use continuation intention*.



### 5.8. Pengaruh *continuity* terhadap *use continuation intention*

Hasil yang didapat pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *continuity* berpengaruh positif namun, tidak signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini berbanding terbalik dengan Hipotesis 8 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *continuity* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin baik aplikasi Gojek dalam mempertahankan tata letak, fitur, dan penggunaan warna yang konsisten dan berkesinambungan, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna. Dalam membentuk loyalitas, kontinuitas atau konsistensi sebuah aplikasi memang tidak memberikan dampak yang besar. Setiap pengguna cenderung lebih mementingkan faktor-faktor lainnya seperti: kualitas layanan yang diberikan, keamanan atau privasi pengguna yang dapat dijaga dengan baik, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Wahyuni & Dewi, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *continuity* terhadap *use continuation intention*.

### 5.9. Pengaruh *personalization* terhadap *use continuation intention*

Hasil yang didapat pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *personalization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 9 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *personalization* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin baik aplikasi Gojek dapat melakukan personalisasi, yaitu dengan menyesuaikan dengan kebutuhan ataupun aktivitas berulang pengguna maka akan berpengaruh signifikan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Hartanto (2024) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *personalization* terhadap *use continuation intention*.

### 5.10. Pengaruh *internal* terhadap *use continuation intention*

Hasil yang didapat pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *internal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use continuation intention*. Hasil ini sejalan dengan Hipotesis 10 yang dimana menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *internal* terhadap *use continuation intention*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin fleksibel aplikasi Gojek dapat melakukan penyesuaian terhadap perangkat yang digunakan pengguna untuk mengakses aplikasi Gojek, seperti menyesuaikan ukuran layar dan ukuran memori yang berbeda-beda di setiap perangkat, maka akan berpengaruh signifikan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil ini pula berarti, mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Wahyuni & Dewi, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *internal* terhadap *use continuation intention*.

## 6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas Antar Muka Berpengaruh pada Niat Penggunaan Terus (Use Continuance Intention) Aplikasi Gojek melalui aspek-aspek *simplicity*, *directional*, *informative*, *user friendliness*, *comprehensiveness*, *personalization*, dan *internal*

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Perusahaan disarankan untuk tetap dapat meningkatkan mutu *user interface* dan selalu melakukan inovasi agar tidak membosankan. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada segmen bukan Generasi Z.

## DAFTAR PUSTAKA

- AERA, APA, & NCME. (2014). *Standards for Educational and Psychological Testing*.
- Al-Emadi, K. A., Kassim, Z. A., & Razzaque, A. (2021). User friendly and user satisfaction model aligned with FinTech. *Innovative Strategies for Implementing FinTech in Banking*, 291–301. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3257-7.ch017>
- Allen, M. S., Iliescu, D., & Greiff, S. (2022). Single Item Measures in Psychological Science: A Call to Action. *European Journal of Psychological Assessment*, 38(1), 1–5. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000699>
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Bagozzi, R. P. (2010). Consumer Intentions. In J. Sheth & N. Malhotra (Eds.), *Wiley International Encyclopedia of Marketing* (p. wiem03057). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem03057>
- Buana, W., & Sari, B. N. (2022). Analisis User Interface Meningkatkan Pengalaman Pengguna Menggunakan Usability Testing pada Aplikasi Android Course. *DoubleClick: Journal of Computer and Information Technology*, 5(2), 91. <https://doi.org/10.25273/doubleclick.v5i2.11669>
- Chao, C. M. (2019). Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 10(JULY), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Flowers, E., Freeman, P., & Gladwell, V. (2017). The Development of Three Questionnaires to Assess Beliefs about Green Exercise. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(10), 1172. <https://doi.org/10.3390/ijerph14101172>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (Eighth Edition)*. In *Cengage Learning EMEA*. <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Hartanto, S. (2024). Analisis penerapan UI / UX dalam aplikasi media sosial: Dampaknya terhadap keterlibatan pengguna dan loyalitas platform. 7(4). <https://doi.org/10.31004/jutin.v7i4.36161>
- Hawa, S. D. (2022). User Interface dan Social Media Marketing Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(2), 57–60.
- Hidayat, M. A., Rasyid, A., & Pasolo, F. (2024). Service Quality on Customer Loyalty: Mediation of Customer Satisfaction. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 2(3), 150–163. <https://doi.org/10.60079/abim.v2i3.158>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>

- Maruf, T. I., Manaf, N. H. B. A., Haque, A. K. M. A., & Maulan, S. B. (2021). Factors Affecting Attitudes Towards Using Ride-Sharing Apps. *International Journal of Business, Economics and Law*, 25(2), 60–70. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13763494>
- Matondang, A. O., & Hapsari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan User Interface terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(2), 369–375. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Morwitz, V. G., & Munz, K. P. (2021). Intentions. *Consumer Psychology Review*, 4(1), 26–41. <https://doi.org/10.1002/arcp.1061>
- Pramita, M. W., & Danibrata, A. (2021). Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Behavior Intentions. *E-Jurnal Manajemen Tsm*, 1(1), 1–8.
- Schindler, P. S. (2022). Business Research Methods 14th Edition. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Septanto, H., Hidayatullah, A., & Dirgantara, H. B. (2024). Analisis Pengaruh Fitur User interface Ramah Pengguna Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan di Tokopedia. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 11(02), 79–85.
- Sihombing, V., & Yanris, G. J. (2020). Penerapan Aplikasi Dalam Mengolah Aset Desa (Studi Kasus: Kepenghuluan Sri Kayangan) 1). *Jurnal Mantik Penusa*, 4(1), 12–15.
- Urba, M., Ramadhani, A., Afriani, A. P., & Suryanda, A. (2024). Generasi Z: Apa Gaya Belajar yang Ideal di Era Serba Digital? *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 50–56. <https://doi.org/10.54259/diajar.v3i1.2265>
- Verkijika, S. F. (2020). Assessing the Role of Simplicity in the Continuous Use of Mobile Apps. *Journal of Organizational and End User Computing*, 32(4), 26–42. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2020100102>
- Wahyuni, A. S., & Dewi, A. O. P. (2018). Persepsi Pemustaka Terhadap Desain Antarmuka Pengguna (User Interface) Aplikasi Perpustakaan Digital "Jogja" Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, VII(1), 21–30.
- Wahyuni, R., & Irawan, Y. (2020). Aplikasi E-Book Untuk Aturan Kerja Berbasis Web Di Pengadilan Negeri Muara Bulian Kelas Ii Jambi. *Jurnal Ilmu Komputer*, 9(1), 20–26. <https://doi.org/10.33060/jik/2020/vol9.iss1.152>
- Yulianto, A. R., Subariyanti, H., & Wardhana, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Oleh: 1). Andri Rizko Yulianto, *FTI-Sistem Informasi Akuntansi UBSI*. 22(2).
- Zamri, K. Y., & Al Subhi, N. N. (2015). 10 User Interface Elements for Mobile Learning Application Development. *Proceedings of 2015 International Conference on Interactive Mobile Communication Technologies and Learning, IMCL 2015*, 44–50. <https://doi.org/10.1109/IMCTL.2015.7359551>

## Lampiran. Instrumen Penelitian

### Antar-muka pengguna (*user interface*)

|   |  |
|---|--|
| Aplikasi Gojek dapat diakses dengan cepat dalam waktu yang singkat  | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Ketika dibuka, aplikasi Gojek memiliki tata letak fitur yang teratur  | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Aplikasi Gojek dapat mengarahkan saya dalam penggunaan setiap layanan secara sistematis   | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Aplikasi Gojek dapat memberikan saya informasi yang lengkap dan dibutuhkan ketika menggunakan aplikasi                                      | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Fitur-fitur yang ada pada aplikasi Gojek dapat memudahkan saya untuk berinteraksi dalam mengakses setiap layanan yang ingin saya gunakan    | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Saya dapat dengan mudah mengerti dan menggunakan setiap layanan yang disediakan oleh aplikasi Gojek   | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Aplikasi Gojek memiliki fitur dan pengaturan yang lengkap   | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Fitur dan layanan pada aplikasi Gojek konsisten dan tidak berubah-ubah, sehingga memudahkan saya untuk mengingat tempat dan fungsinya       | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Aplikasi Gojek dapat dipersonalisasi sesuai kebutuhan dan keinginan saya  | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |
| Tampilan pada aplikasi Gojek menarik, dapat diakses oleh perangkat dengan spesifikasi rendah, dan ketika terjadi error, cepat untuk diatasi | <input type="checkbox"/> Sangat tidak setuju <input type="checkbox"/> Tidak setuju<br><input type="checkbox"/> Netral <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Sangat setuju |