

Pengaruh *System Quality* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* Aplikasi LINE dengan *Satisfaction* sebagai Mediator

Muhamad Aqdi Alhamro¹, Munawaroh², Fauzan Fadlullah³

Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

*Email Korespondensi: aqdi.alhamro@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 19-01-2026
Disetujui 29-01-2026
Diterbitkan 01-02-2026

ABSTRACT

The rapid development of communication technology and the high level of social media usage in Indonesia have intensified competition among instant messaging applications in retaining users. Although LINE was once one of the most popular applications, in recent years there has been a decline in the number of active users, which is believed to be influenced by the removal of several key features, a decrease in perceived usefulness, and various complaints related to system quality. The condition raises questions regarding the factors that influence users' intentions to continue using the LINE application on an ongoing basis. This study aims to analyze the effect of System Quality and Perceived Usefulness on the Continuance Intention of the LINE application, with Satisfaction acting as a mediating variable. A quantitative approach was employed through an online survey involving 200 respondents in Jakarta who had used LINE for at least the past year. The data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that system quality and perceived usefulness have a positive and significant effect on satisfaction. Furthermore, perceived usefulness and satisfaction have a positive and significant effect on continuance intention. However, system quality is proven to have no significant effect on continuance intention. The indirect effect findings indicate that satisfaction significantly mediates the relationship between system quality and perceived usefulness on continuance intention.

Keyword: *system quality, perceived usefulness, satisfaction, continuance intention, LINE*

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan tingginya tingkat penggunaan media sosial di Indonesia mendorong meningkatnya persaingan antar aplikasi pesan instan dalam mempertahankan pengguna. Meskipun LINE pernah menjadi salah satu aplikasi populer, dalam beberapa tahun terakhir terjadi penurunan jumlah pengguna aktif yang diduga dipengaruhi oleh penghapusan sejumlah fitur unggulan, persepsi kegunaan yang menurun, serta berbagai keluhan terkait system quality. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi LINE secara berkelanjutan. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh System Quality dan Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention Aplikasi LINE dengan Satisfaction sebagai Mediator. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif melalui survei daring terhadap 200

responden di Kota Jakarta yang telah menggunakan LINE setidaknya dalam satu tahun terakhir. Teknik analisis data yang diterapkan adalah Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan system quality dan perceived usefulness berimplikasi positif dan signifikan terhadap satisfaction. Selain itu, perceived usefulness dan satisfaction berimplikasi positif dan signifikan terhadap continuance intention. Namun system quality terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap continuance intention. Temuan pengaruh tidak langsung mengindikasikan bahwa satisfaction mampu memediasi secara signifikan hubungan antara system quality dan perceived usefulness terhadap continuance intention

Kata Kunci: *system quality, perceived usefulness, satisfaction, continuance intention, LINE*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Alhamro, M. A., Munawaroh, M., & Fadlullah, F. . (2026). Pengaruh System Quality dan Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention Aplikasi LINE dengan Satisfaction sebagai Mediator. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(2), 2593-2613. <https://doi.org/10.63822/ec8xpw03>

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi dan komunikasi di abad ke-21 secara fundamental telah mengubah cara interaksi manusia. Didukung oleh masifnya internet dan adopsi ponsel pintar secara universal di berbagai lapisan masyarakat termasuk Indonesia, telah menggeser cara individu berkomunikasi dari metode konvensional ke platform daring. Dihimpun dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan pengguna internet di Indonesia tahun 2025 mencapai 229.428.417 orang dari total populasi sebanyak 284.438.900 juta jiwa, atau sekitar 80% penduduk Indonesia terkoneksi dengan internet. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas seluruh masyarakat Indonesia terhubung secara daring dan sangat bergantung terhadap platform digital sebagai sarana komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan.

Tingginya pengguna internet di Indonesia juga tercermin dari pesatnya penggunaan media sosial. Media sosial adalah sarana komunikasi, baik secara verbal maupun visual, melalui jaringan internet yang dapat mempertemukan orang-orang, menyediakan koneksi instan, dan interaksi seperti *like* atau komentar (Gottlieb & Dyer, 2020). Data oleh We Are Social memperlihatkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta jiwa atau 60,4% dari total populasi. Dengan alasan utama untuk menggunakan media sosial adalah menemukan informasi, berinteraksi dengan teman maupun anggota keluarga, memanfaatkan waktu senggang, serta berbagai aktivitas lainnya.

Layanan media sosial yang populer seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi pilihan utama bagi masyarakat. Menurut survey dari We Are Social di tahun 2025 pada Gambar 1.1, aplikasi-aplikasi yang paling sering diakses adalah WhatsApp dengan persentase (91,7%), Instagram sebesar (84,6%), Facebook (83,0%), dan TikTok (77,4%). Keempat aplikasi tersebut selalu menduduki puncak teratas pilihan masyarakat di Indonesia, terlihat dari laporan We Are Social di tahun 2023, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok juga berada di empat besar media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.

Salah satu media sosial yang mengalami penurunan cukup signifikan, yaitu aplikasi LINE. LINE merupakan aplikasi pesan instan gratis berbasis internet yang dapat diakses melalui berbagai platform seperti *smartphone*, tablet, dan komputer, serta memungkinkan pengguna mengirimkan pesan berupa teks, gambar, video, maupun pesan suara (Nathanael *et al.*, 2021). Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan yang berasal dari Jepang yaitu NHN Corporation ketika terjadi gempa dan tsunami di Jepang. Di tahun 2023, LINE di Indonesia memiliki basis pengguna cukup banyak, yaitu 31,9% atau berada di peringkat 10. Namun di tahun 2025, penggunaannya hanya sebanyak 19,3% atau turun sekitar 12.6 %. Ini mengindikasikan adanya penurunan jumlah pengguna atau berkurangnya minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan. Penggunaan berkelanjutan atau *continuance intention* adalah keinginan pengguna untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan setelah melalui penerimaan (Shi *et al.*, 2023).

Fenomena yang menyebabkan menurunnya retensi pengguna LINE adalah pengurangan fitur-fitur di tiga tahun terakhir yang sebelumnya menjadi keunggulan dibanding kompetitor. Pertama adalah fitur LINE Today yang ditutup pada 6 Juli 2022. LINE Today merupakan layanan berita yang terintegrasi langsung di dalam aplikasi LINE. Fitur tersebut diluncurkan pada tahun 2016 dengan tujuan untuk memberikan akses informasi langsung kepada pengguna tanpa perlu keluar aplikasi, sehingga pengguna akan lebih lama membuka aplikasi LINE. Namun fitur tersebut dihapus di tahun 2022 karena LINE Indonesia memfokuskan bisnisnya pada teknologi keuangan (Liputan6, 2022).

Fitur kedua yang dihapus adalah LINE *Openchat*, yaitu layanan yang memungkinkan tergabungnya para pengguna dalam grup obrolan publik sesuai minat tertentu untuk bertukar informasi dan berdiskusi secara bebas. Sebagai ruang komunitas yang cukup aktif, fitur ini sebelumnya menjadi salah satu daya tarik LINE bagi pengguna yang mencari interaksi berbasis hobi atau topik tertentu. Namun, fitur tersebut ditutup oleh LINE pada 20 Juli 2022 setelah penutupan LINE *Today* di bulan yang sama (CNBC Indonesia, 2022).

Fitur ketiga yang ditutup oleh LINE adalah LINE Voom pada tanggal 14 Februari 2025. Line VOOM merupakan fitur yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk membagikan berbagai jenis konten seperti teks, video, foto, maupun stiker kepada pengguna lainnya. Dihapusnya fitur tersebut karena LINE ingin mengembalikan fitur dasarnya yaitu sebagai aplikasi pengirim pesan dan menganggap LINE Voom tidak relevan lagi di Indonesia (Kumparan.com, 2025).

Fitur keempat yang dihentikan adalah LINE Split Bill pada 30 Juli 2025. Dengan fitur tersebut, pengguna dapat membagi pembayaran dengan mudah di dalam obrolan grup dengan cara mengunggah struk pembayaran ke aplikasi untuk diproses. Fitur ini sangat membantu terutama bagi pengguna yang sering melakukan kegiatan bersama, seperti makan di luar atau berbagi ongkos transportasi. Namun, penghentian fitur ini menunjukkan bahwa LINE kini semakin berfokus pada layanan yang lebih sederhana dan pengembangan ekosistem *fintech* yang lebih terpisah dari fungsi *chat* utama (Katadata.co.id, 2025).

Berdasarkan pengamatan peneliti, aplikasi LINE di Indonesia tercatat memperoleh *rating* 3,8 dari 5 di Google Play Store, mengindikasikan adanya persepsi kurang memuaskan dari sebagian penggunanya. Beberapa ulasan pengguna menunjukkan kekecewaan terhadap penghapusan sejumlah fitur, khususnya LINE Voom yang sebelumnya berfungsi sebagai sarana untuk membuat unggahan dan berinteraksi secara sosial. Salah satu pengguna menuliskan bahwa ia tidak lagi memiliki alasan untuk menggunakan LINE setelah fitur Voom dihapus, karena tidak dapat lagi membuat unggahan atau cerita seperti sebelumnya. Pengguna lain menyampaikan harapan agar pihak pengembang dapat mengembalikan fitur tersebut karena dianggap sebagai salah satu daya tarik utama aplikasi LINE. Ulasan-ulasan tersebut mengindikasikan adanya penurunan persepsi kegunaan terhadap aplikasi LINE yang dapat berdampak pada niat penggunaan berkelanjutan.

Penghapusan fitur-fitur tersebut membuat pengguna kecewa karena fitur yang semula memberikan manfaat dan kegunaan kini tidak lagi tersedia. Sejak awal, keunggulan LINE dibanding aplikasi pesan instan lain terletak pada kelengkapan ekosistemnya, tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media informasi, hiburan, serta interaksi komunitas. Oleh karena itu, ketika fitur-fitur seperti LINE Today, OpenChat, LINE VOOM, dan Split Bill dihapus secara bertahap, banyak pengguna merasa kehilangan fungsi atau kegunaan yang selama ini membuat mereka ingin terus menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kegunaan atau *usefulness* memainkan peran penting dalam mengukur sejauh mana suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat nyata (Widhiaswara & Soesanto, 2020). Dalam aplikasi media sosial seperti LINE, manfaat dapat berupa kemudahan berkomunikasi, kelengkapan fitur, hingga efisiensi dalam berinteraksi dengan orang lain. Jika pengguna tidak lagi merasakan manfaat signifikan, mereka cenderung meninggalkan aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil studi Lumbu & Wardana (2024) yang menyatakan *perceived usefulness* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* atau penggunaan berkelanjutan.

Studi penelitian ini difokuskan guna meneliti bagaimana *service quality* dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* dengan *satisfaction* sebagai variabel mediator pada pengguna

platform LINE. Secara akademis, penelitian ini diproyeksikan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku keberlanjutan penggunaan aplikasi media sosial di era digital, khususnya dalam konteks hubungan antara kualitas layanan, persepsi *usefulness*, dan *satisfaction*. Sementara secara praktis, temuan studi ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pengembang platform LINE untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna, sehingga mampu memperpanjang retensi pengguna serta memicu niat pengguna untuk terus menggunakan sistem secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini meneliti subjek dari sudut pandang pengguna aplikasi LINE di Jakarta. Penentuan lokasi ini dikarenakan pada pertimbangan kemudahan akses untuk peneliti dalam pengumpulan data, sehingga pelaksanaan penelitian menjadi lebih efisien dan efektif. Periode pelaksanaan studi ini dilakukan mulai dari September 2025 - Januari 2026.

Desain Penelitian

Penelitian dalam penelitian ini menerapkan dengan metode survei melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih berdasarkan jumlah dan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif LINE berusia 18–34 tahun yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengonfirmasi implikasi *system quality* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* melewati *satisfaction* pada platform media sosial LINE. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah: *system quality*, *perceived usefulness*, *satisfaction*, dan *continuance intention*. Untuk pengujian hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini mengaplikasikan SEM-PLS sebagai alat analisis.

Populasi dan Sampel

Pengguna aktif LINE di Jakarta akan digunakan sebagai populasi pada penelitian ini. Adapun penentuan lokasi ini didasarkan oleh temuan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang memaparkan bahwa tingkat adopsi internet pada tahun 2024 di DKI Jakarta sangat tinggi mencapai 87,51% (Ahdiat, 2024).

Pada penentuan sampel di penelitian ini diterapkan *purposive sampling*. Berikut adalah ketentuan *purposive sampling* digunakan untuk menentukan responden dari populasi penelitian berdasarkan pertimbangan atau karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya:

- 1) Berusia antara 18 hingga 34 tahun. Pemilihan kategori usia tersebut didasari data yang menunjukkan pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun dengan persentase sebesar 54,1% (Panggabean, 2024).
- 2) Merupakan pengguna aktif LINE.

- 3) Telah menggunakan LINE minimal satu tahun terakhir. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya perbedaan pengalaman penggunaan antara pengguna baru dan pengguna yang sudah lama menggunakan aplikasi (Larasati, 2021).
- 4) Tinggal di wilayah Kota Jakarta.

Untuk menentukan sampel, pada penelitian ini digunakan ketentuan dari Hair *et al.* (2019) yakni sampel minimal 5 hingga 10 kali dari total jumlah indikator. Menurut Sugiyono (2021) kualitas suatu sampel yang baik dapat dinilai dari kemampuan generalisasinya, penggunaan sampel yang lebih besar akan mengurangi risiko kesalahan dalam generalisasi hasil penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

$$n = (\text{Total Jumlah Indikator} \times 10)$$

Sehingga total jumlah sampel pada penelitian ini sebesar:

$$n = 19 \times 10 = 190 \text{ responden}$$

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, data dianalisis dengan menerapkan metode multivariat, yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Hair *et al.* (2022) menjelaskan bahwa PLS-SEM digunakan untuk menganalisis keterkaitan antar variabel laten dengan fokus pada dua komponen utama, yaitu model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*). Oleh karena itu, perangkat lunak SmartPLS 4.0 digunakan sebagai alat bantu analisis karena mampu mengakomodasi pengujian model PLS-SEM secara komprehensif, baik pada pengujian validitas dan reliabilitas variabel maupun pengujian hubungan struktural antar variabel, serta sesuai digunakan pada penelitian yang bersifat prediktif dan kompleks dengan banyak indikator.

KESIMPULAN

Uji Hipotesis

Hipotesis diuji dalam penelitian ini dengan menerapkan prosedur *bootstrapping* melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0. guna menguji signifikansi hubungan antar variabel dalam model struktural. Mengacu pada Hair *et al.* (2022), metode *bootstrapping* digunakan untuk membentuk distribusi empiris dari estimasi parameter serta mengevaluasi tingkat signifikansi koefisien jalur (*path coefficients*).

Tabel 1 Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)

Hubungan Antar Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Keterangan
H1: <i>System Quality -> Satisfaction</i>	0.452	0.454	0.060	7.499	0.000	Diterima
H2: <i>Perceived Usefulness -> Satisfaction</i>	0.451	0.445	0.061	7.344	0.000	Diterima

Hubungan Antar Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Keterangan
H3: <i>System Quality -> Continuance Intention</i>	0.200	0.188	0.132	1.508	0.132	Ditolak
H4: <i>Perceived Usefulness -> Continuance intention</i>	0.257	0.263	0.092	2.801	0.005	Diterima
H5: <i>Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0.325	0.333	0.109	2.985	0.003	Diterima

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *system quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, sedangkan *perceived usefulness* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Namun, *system quality* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga hipotesis terkait ditolak. Sementara itu, *perceived usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga hipotesisnya diterima. Selain itu, *satisfaction* juga berimplikasi positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, dari lima hipotesis pengaruh langsung yang diuji, empat diterima dan satu ditolak.

Tabel 2 Uji Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung)

Hubungan Antar Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Keterangan
H1: <i>System Quality -> Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0.147	0.152	0.057	2.600	0.009	Mediasi Penuh
H2: <i>Perceived Usefulness -> Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0.147	0.147	0.051	2.882	0.004	Mediasi Parsial

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa *system quality* memberikan pengaruh positif terhadap *continuance intention* melewati *satisfaction*. Selain itu, *perceived usefulness* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* melewati *satisfaction*, yang mengindikasikan adanya efek mediasi pada hipotesis tersebut. Dengan demikian, penelitian ini menelaah dua hubungan pengaruh tidak langsung. Implikasi tidak langsung ini menggambarkan keterkaitan antar variabel yang terjadi melalui *satisfaction* sebagai mediator, yang diukur berdasarkan nilai koefisien jalur dari satu variabel ke variabel lainnya melalui variabel perantara tersebut. Uji mediasi ini dilakukan untuk menilai sejauh mana *satisfaction* mampu menjembatani dan memperkuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Berdasarkan keseluruhan hasil evaluasi data serta temuan yang telah disajikan pada bab terdahulu, pembahasan lebih lanjut mengenai hubungan implikasi antar variabel dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh *System Quality* terhadap *Satisfaction*

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *system quality* berpengaruh dengan arah positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik *system quality* aplikasi LINE, maka semakin meningkat pula tingkat *satisfaction* yang dirasakan oleh penggunanya. Dengan kata lain, ketika aplikasi LINE mampu berfungsi secara stabil, mudah digunakan, serta responsif dalam mendukung aktivitas komunikasi, pengguna akan cenderung merasa puas terhadap pengalaman penggunaan aplikasi tersebut. Temuan ini selaras dengan penelitian Susilowati (2020), Al-Okaily *et al.* (2021) dan Li & Zhu (2022) yang memaparkan bahwa *system quality* memiliki peran penting dalam meningkatkan *satisfaction* pengguna.

Pengaruh *system quality* terhadap *satisfaction* dalam konteks aplikasi LINE dapat dijelaskan melalui pengalaman penggunaan sehari-hari yang sangat bergantung pada aspek teknis sistem. Sebagai aplikasi pesan instan, LINE digunakan secara intens dan berulang untuk berkomunikasi, sehingga pengguna memiliki ekspektasi tinggi terhadap performa sistem. Ketika sistem berjalan lancar, minim gangguan, serta mampu merespons perintah pengguna dengan cepat, maka pengguna akan merasakan kenyamanan dan efisiensi dalam berkomunikasi (Dube & Humbani, 2024). Kondisi tersebut secara langsung menciptakan persepsi positif dan meningkatkan tingkat *satisfaction* pengguna terhadap aplikasi.

Fenomena penggunaan LINE di Indonesia turut memperkuat temuan ini. Berbagai keluhan pengguna terkait *system quality*, seperti kendala *login* pada perangkat lain, notifikasi yang tidak muncul, serta *bug* yang mengganggu pengalaman penggunaan (Muyarman & Kartini, 2025). Keluhan-keluhan tersebut menunjukkan bahwa ketika *system quality* tidak berjalan optimal, *satisfaction* pengguna akan menurun. Sebaliknya, apabila LINE mampu menghadirkan sistem yang stabil, mudah diakses, dan minim gangguan teknis, maka pengguna akan merasakan pengalaman yang lebih nyaman dan memuaskan (Wara *et al.*, 2021). Maka dari itu, hasil penelitian ini menekankan bahwa perbaikan *system quality* menjadi aspek krusial dalam meningkatkan *satisfaction* pengguna LINE, terutama di tengah persaingan aplikasi pesan instan yang semakin ketat.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction*

Pada pengujian hipotesis dihasilkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Temuan ini membuktikan bahwa semakin tinggi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi LINE, maka semakin naik pula tingkat *satisfaction* yang mereka peroleh. Pengguna yang merasa bahwa LINE mampu mempermudah komunikasi, mendukung aktivitas sehari-hari, serta memberikan fungsi yang relevan akan cenderung merasa puas terhadap pengalaman penggunaannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Liu *et al.* (2025), Asyraf *et al.* (2025), dan Ali & Kim (2024) yang membuktikan bahwa *perceived usefulness* merupakan determinan utama *satisfaction* pengguna dalam konteks teknologi, karena pengguna cenderung menilai teknologi berlandaskan sejauh mana teknologi tersebut memberikan manfaat nyata bagi aktivitas mereka.

Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction* dapat dijelaskan melalui proses evaluasi manfaat yang dilakukan pengguna selama menggunakan aplikasi LINE. Sebagai aplikasi pesan instan,

LINE tidak hanya digunakan untuk mengirim pesan, tetapi juga untuk mendukung berbagai aktivitas komunikasi lainnya. Sebagaimana penjelasan Asyraf *et al.* (2025) ketika pengguna merasakan bahwa fitur dan fungsi yang disediakan benar-benar membantu, relevan, dan mempermudah aktivitas komunikasi, maka *perceived usefulness* akan meningkat dan secara langsung membentuk *satisfaction* terhadap aplikasi.

Signifikansi dampak *perceived usefulness* dalam hal *continuance intention* dapat dipahami dengan fenomena yang terjadi pada aplikasi LINE di Indonesia. Penghapusan sejumlah fitur unggulan seperti LINE Today, OpenChat, LINE VOOM, dan Split Bill menyebabkan berkurangnya manfaat yang sebelumnya dirasakan oleh pengguna. Ketika fitur-fitur tersebut dihilangkan, sebagian pengguna merasa bahwa aplikasi LINE tidak lagi memberikan nilai tambah dibandingkan aplikasi pesan instan lain. Kondisi ini berpotensi menurunkan *perceived usefulness* yang akhirnya menimbulkan efek pada menurunnya tingkat *satisfaction* pengguna (Al-Hattami & Almaqtari, 2023). Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa *perceived usefulness* menjadi faktor penting dalam membentuk *satisfaction* pengguna LINE, terutama ketika pengguna mengevaluasi manfaat aplikasi berdasarkan fitur dan fungsi yang tersedia.

3. Pengaruh System Quality terhadap Continuance Intention

Pengujian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa *system quality* berpengaruh berarah positif namun tidak signifikan terhadap *continuance intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *system quality* pada aplikasi LINE belum menjadi faktor utama yang secara langsung mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Meskipun pengguna menilai bahwa LINE memiliki sistem yang relatif stabil, mudah digunakan, dan memiliki tampilan antarmuka yang nyaman, kualitas tersebut belum cukup kuat untuk membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Hal ini selaras dengan penelitian Lusa *et al.* (2022), Darmawan & Pasaribu (2024), Gandasari & Tjhin (2024) yang mengemukakan bahwa *system quality* tidak berdampak signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan dalam berbagai konteks aplikasi seluler.

Ketidaksignifikanan pengaruh *system quality* pada *continuance intention* dapat dijelaskan oleh Franque *et al.* (2021) di mana pengguna LINE cenderung akan menganggap *system quality* sebagai aspek dasar (*hygiene factor*) yang sudah seharusnya dimiliki oleh aplikasi. Selama *system quality* berada pada ukuran yang dapat diterima, pengguna tidak menjadikannya sebagai pertimbangan utama dalam memutuskan untuk terus menggunakan aplikasi LINE. Sehingga peningkatan pada aspek teknis sistem tidak lagi menjadi penentu utama dalam menentukan keputusan pengguna untuk melanjutkan penggunaan aplikasi (Lubis *et al.*, 2025).

Fenomena ini juga relevan dalam konteks aplikasi pesan instan di Indonesia. Sebagian besar aplikasi sejenis telah menawarkan kualitas sistem yang relatif setara, baik dari segi stabilitas, fungsionalitas, maupun kemudahan penggunaan (Muhammad *et al.*, 2022). Kondisi ini menyebabkan *system quality* tidak lagi menjadi faktor pembeda utama dalam menentukan pilihan pengguna. Sebaliknya, pengguna cenderung lebih mempertimbangkan manfaat yang dirasakan dan pengalaman kepuasan secara keseluruhan dalam memutuskan apakah akan terus menggunakan aplikasi LINE atau beralih ke aplikasi lain (Ali & Kim, 2024). Dengan demikian, meskipun secara teoritis *system quality* diasumsikan memiliki pengaruh pada *continuance intention*, hasil empiris penelitian ini menunjukkan bahwa implikasi tersebut tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan adanya faktor lain yang lebih dominan, seperti *perceived usefulness* dan kepuasan dalam membentuk *continuance intention* aplikasi LINE.

4. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*

Hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dengan signifikan terhadap *continuance intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kian meningkat manfaat yang dialami oleh pengguna, maka semakin kuat niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi LINE. Hal ini sejalan dengan ECM yang menjelaskan bahwa ketika *perceived usefulness* yang dirasakan pengguna sesuai atau melebihi ekspektasi awal, maka pengguna akan cenderung mempertahankan penggunaan sistem di masa mendatang (Ali & Kim, 2024). Hasil penelitian ini seragam dengan temuan Uzun *et al.* (2024), Jung & Jo (2025), dan Al-Hattami & Almaqtari (2023) yang membuktikan bahwa *perceived usefulness* yang baik pada sistem mendorong pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut.

Signifikansi pengaruh *perceived usefulness* pada *continuance intention* dalam aplikasi LINE dapat dipahami melalui proses evaluasi kegunaan yang dilakukan oleh pengguna. Penghapusan sejumlah fitur unggulan seperti LINE Today, OpenChat, LINE VOOM, dan Split Bill menyebabkan berkurangnya kegunaan yang sebelumnya dirasakan oleh pengguna. Ketika fitur-fitur tersebut tidak lagi tersedia, sebagian pengguna menilai bahwa aplikasi LINE tidak memberikan nilai tambah yang signifikan dibandingkan aplikasi pesan instan lain yang menawarkan fitur serupa dengan fungsi yang lebih lengkap. Kondisi ini berdampak pada menurunnya *perceived usefulness*, karena pengguna tidak lagi merasakan manfaat yang maksimal dalam mendukung kebutuhan komunikasi dan aktivitas digital sehari-hari yang pada akhirnya dapat melemahkan *continuance intention* (Shi *et al.*, 2023).

Dengan demikian, hasil penelitian ini menekankan bahwa *perceived usefulness* merupakan faktor krusial karena pengguna cenderung mempertahankan penggunaan aplikasi yang mereka anggap relevan, efisien, dan memberikan manfaat nyata. Ketika manfaat tersebut berkurang, niat untuk terus menggunakan aplikasi juga cenderung melemah, meskipun secara teknis aplikasi masih dapat berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, temuan studi ini menegaskan bahwa *perceived usefulness* tidak hanya berperan dalam meningkatkan kepuasan, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam membentuk *continuance intention* pengguna LINE, terutama ketika pengguna melakukan penilaian terhadap relevansi fitur dan fungsi aplikasi di tengah persaingan ketat antar platform pesan instan di Indonesia.

5. Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *satisfaction* berpengaruh berarah positif dan signifikan pada *continuance intention*, yang berindikasi semakin tinggi tingkat *satisfaction* pengguna LINE, semakin besar pula niat mereka untuk melanjutkan penggunaan aplikasi tersebut. Ketika pengguna LINE merasa puas karena sistem mampu memenuhi atau melampaui harapan mereka, maka akan terbentuk kecenderungan untuk konsisten menggunakan sistem tersebut di masa akan datang. *Satisfaction* berperan sebagai faktor psikologis yang memperkuat komitmen pengguna terhadap suatu teknologi, sehingga mendorong munculnya *continuance intention*. Temuan ini ditekankan oleh penelitian Asyraf *et al.* (2025), Sharabati *et al.* (2022), dan Jung & Jo (2025).

Fenomena ini dapat dijelaskan dengan memahami *satisfaction* merupakan refleksi dari evaluasi pengguna terhadap kualitas dan manfaat yang diterima dari aplikasi LINE. *Satisfaction* pengguna LINE sangat dipengaruhi oleh pengalaman aktual selama menggunakan aplikasi, seperti kelengkapan fitur, kenyamanan penggunaan, serta stabilitas sistem. Penghapusan sejumlah fitur unggulan seperti LINE Today, OpenChat, LINE VOOM, dan Split Bill menyebabkan sebagian pengguna merasa bahwa pengalaman penggunaan aplikasi LINE tidak lagi sebaik sebelumnya. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat

satisfaction karena LINE dinilai tidak lagi mampu memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna secara optimal. Ketika pengguna merasa puas karena aplikasi mampu memberikan pengalaman yang positif dan sejalan dengan ekspektasi, maka mereka memiliki kecenderungan akan melanjutkan penggunaan aplikasi (Nabil & Efrilianda, 2025). Sebaliknya, apabila *satisfaction* menurun akibat berkurangnya fitur atau pengalaman penggunaan yang kurang optimal, maka hal tersebut dapat memengaruhi persepsi pengguna secara keseluruhan terhadap aplikasi LINE. Dengan demikian, temuan penelitian ini mempertegas bahwa *satisfaction* pengguna merupakan faktor penting yang terbentuk dari pengalaman penggunaan aplikasi LINE dan menjadi dasar dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan aplikasi.

6. Pengaruh System Quality terhadap Continuance Intention melalui Satisfaction

Didasari hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa *system quality* berpengaruh ke arah positif dan signifikan pada *continuance intention* melalui *satisfaction*. Dari sudut pandang perilaku pengguna sistem informasi, temuan ini menggambarkan bagaimana pengguna membentuk keputusan untuk terus menggunakan suatu aplikasi melalui proses evaluasi pengalaman penggunaan yaitu *satisfaction*, sehingga dalam konteks penelitian ini, *system quality* berperan sebagai stimulus awal yang membentuk pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi LINE, seperti keandalan sistem, kemudahan navigasi, dan desain yang nyaman (Wara *et al.*, 2021). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa *system quality* tersebut tidak berpengaruh secara langsung mendorong *continuance intention*, melainkan bekerja melalui pembentukan *satisfaction* sebagai respons emosional terhadap pengalaman penggunaan.

Temuan ini dapat dijelaskan karena pengguna aplikasi pesan instan, khususnya generasi muda yang terbiasa dengan berbagai alternatif aplikasi, tidak hanya menilai aplikasi dari aspek teknis semata (Lubis *et al.*, 2025). Meskipun *system quality* LINE dinilai baik, pengguna tetap akan membandingkan pengalaman tersebut dengan aplikasi lain yang mereka gunakan. Oleh karena itu, *system quality* baru akan bermakna ketika mampu menciptakan rasa puas, nyaman, dan sesuai dengan ekspektasi pengguna (Al-Okaily *et al.*, 2025). *Satisfaction* inilah yang kemudian menjadi faktor psikologis utama yang mendorong *continuance intention*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Li & Wang (2021), Susilowati (2025), dan Masri *et al.* (2020).

Dalam konteks ini, *satisfaction* tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga meliputi dimensi emosional, seperti rasa puas karena aplikasi berjalan lancar, minim gangguan teknis, serta memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan (Ruangkembangan *et al.*, 2020). Ketika pengguna LINE merasa puas, mereka cenderung mengabaikan kekurangan kecil pada sistem dan lebih fokus pada pengalaman positif yang dirasakan. Kondisi ini pada akhirnya mendorong *continuance intention*, yaitu kemauan untuk tetap menggunakan aplikasi LINE dalam jangka lama. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa *system quality* tidak cukup hanya baik secara teknis, tetapi harus mampu menciptakan *satisfaction* sebagai jembatan psikologis yang mengarah pada *continuance intention* aplikasi LINE.

7. Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention melalui Satisfaction

Pengujian pengaruh tidak langsung menghasilkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh ke arah positif dan signifikan pada *continuance intention* melewati *satisfaction*, yang menegaskan peran *satisfaction* sebagai mediator parsial dalam hubungan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika pengguna menerima manfaat riil dari penggunaan aplikasi LINE, seperti kemudahan dalam berkomunikasi, efisiensi waktu, serta dukungan terhadap aktivitas sehari-hari, persepsi tersebut bukan hanya secara langsung mendorong intensi penggunaan berkelanjutan, tetapi juga terlebih dahulu memperkuat tingkat

satisfaction pengguna (Indria & Shihab, 2025). *Satisfaction* yang terbentuk dari evaluasi positif terhadap manfaat aplikasi kemudian memperkuat kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan LINE di waktu mendatang.

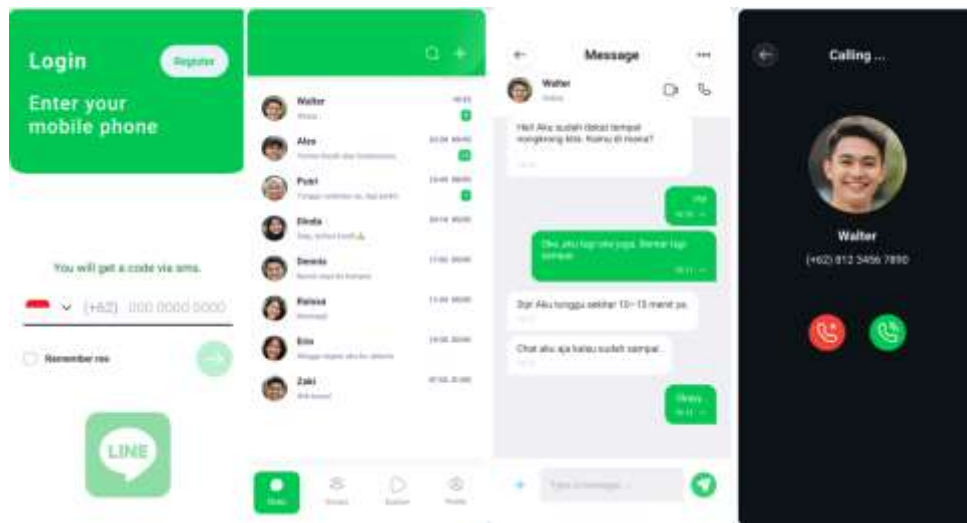
Temuan ini selaras dengan Model *Expectation Confirmation* (ECM) yang menjelaskan bahwa *perceived usefulness* merupakan determinan utama yang memengaruhi *satisfaction* dan *continuance intention*. Dalam konteks pasca-adopsi teknologi, pengguna akan mengevaluasi apakah sistem yang digunakan benar-benar memberikan manfaat sesuai dengan harapan awal. Ketika manfaat tersebut dirasakan tinggi, pengguna cenderung merasa puas dan mengembangkan komitmen untuk terus menggunakan sistem. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Liu *et al.* (2021), Lombu & Wardana (2024), serta Liu *et al.* (2025) yang membuktikan bahwa *satisfaction* berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh *perceived usefulness* pada *continuance intention* di berbagai konteks layanan digital.

Temuan ini juga relevan dengan fenomena yang terjadi pada aplikasi LINE di Indonesia, di mana penghapusan sejumlah fitur unggulan seperti LINE Today, OpenChat, LINE VOOM, dan Split Bill menyebabkan berkurangnya manfaat yang sebelumnya dirasakan oleh pengguna. Ketika fitur-fitur tersebut tidak lagi tersedia, sebagian pengguna menilai bahwa aplikasi LINE tidak lagi memberikan kegunaan yang signifikan dibandingkan aplikasi pesan instan lain, sehingga *satisfaction* pengguna turut menurun. Penurunan tingkat *satisfaction* inilah yang kemudian berdampak pada melemahnya *continuance intention* aplikasi LINE.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa *perceived* kegunaan mampu mendorong *continuance intention* secara optimal apabila manfaat tersebut terlebih dahulu menghasilkan *satisfaction* pengguna, sehingga *satisfaction* berperan sebagai penghubung penting antara kegunaan yang dirasakan dan niat penggunaan berkelanjutan pada konteks aplikasi LINE. Hal ini menunjukkan bahwa upaya mempertahankan pengguna LINE tidak cukup hanya dengan menyediakan fungsi dasar, tetapi juga harus memastikan bahwa manfaat yang ditawarkan benar-benar mampu menghasilkan pengalaman penggunaan yang memuaskan bagi pengguna.

Output

Sebagai bentuk pendukung konseptual terhadap hasil penelitian, peneliti menyusun prototipe tampilan aplikasi *chatting* LINE yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti, khususnya *system quality* dan *perceived usefulness*. Perancangan ini bertujuan untuk menghadirkan antarmuka yang lebih efektif, mudah digunakan, dan relevan dengan variabel yang diteliti. Adapun hasil perancangan tampilan aplikasi tersebut diperlihatkan pada gambar berikut.



Gambar 1 Prototipe LINE 1
Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Pada gambar ditampilkan sebuah rancangan aplikasi *chatting* LINE yang disesuaikan dengan kebutuhan objek penelitian. Tampilan tersebut mencakup halaman *login*, daftar percakapan, tampilan pesan, hingga fitur panggilan. Rancangan ini menunjukkan upaya untuk menghadirkan antarmuka yang sederhana, mudah dipahami, dan fungsional sehingga mampu mendukung *system quality* serta meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berkomunikasi.



Gambar 2 Prototipe LINE 2
Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Di gambar ditampilkan bagian obrolan grup, *explore*, dan bagian profil menunjukkan informasi pengguna secara terstruktur, seperti foto, data diri, dan pengaturan akun. Pada rancangan aplikasi LINE

tersebut, mencerminkan *system quality* yang baik, terutama dari aspek kemudahan navigasi, keandalan sistem, fungsionalitas yang baik, dan desain aplikasi yang nyaman. Persepsi kegunaan juga ditunjukkan pada kelengkapan fitur komunikasi yang fungsional seperti, obrolan antar individu dan kelompok, panggilan, serta fitur *explore* yang membedakan kegunaan aplikasi tersebut jika dibandingkan kompetitor. Rancangan antarmuka tersebut merepresentasikan aspek *system quality* dan *perceived usefulness* yang menjadi fokus penelitian, yang secara konseptual berkaitan dengan *satisfaction* dan intensi berkelanjutan sebagaimana ditunjukkan pada temuan pengujian model struktural.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh temuan dari analisis yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menelaah dan mengevaluasi pengaruh variabel independen, yaitu *system quality* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction* sebagai variabel mediasi. Adapun kesimpulan dari studi ini dirangkum sebagai berikut:

1. Penelitian ini menyajikan pengaruh *system quality* terhadap *satisfaction*. Hasil penelitian menjabarkan *system quality* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan. Sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa *system quality* aplikasi LINE yang baik berkontribusi terhadap meningkatnya tingkat *satisfaction* pengguna.
2. Penelitian ini menyajikan pengaruh *perceived usefulness* pada *satisfaction*. Penelitian yang dihasilkan memperlihatkan *perceived usefulness* berpengaruh positif dengan signifikan terhadap *satisfaction*. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Temuan ini mengindikasikan semakin tinggi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna LINE, maka semakin tinggi juga tingkat *satisfaction* yang diperoleh.
3. Penelitian ini menyajikan pengaruh *system quality* terhadap intensi berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *system quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) ditolak. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *system quality* secara konseptual dapat meningkatkan niat melanjutkan penggunaan, namun pengaruh tersebut belum terbukti secara statistik dan tidak menjadi faktor utama yang secara langsung mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi LINE.
4. Studi ini memaparkan pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima. Hal tersebut menegaskan bahwa kegunaan yang dirasakan oleh pengguna LINE tidak hanya meningkatkan *satisfaction*, tetapi juga meningkatkan niat dalam melanjutkan aplikasi tersebut.
5. Penelitian ini menyajikan implikasi *satisfaction* terhadap *continuance intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) diterima. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengguna yang merasa puas saat menggunakan aplikasi LINE cenderung akan berniat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi tersebut.
6. Penelitian ini menyajikan pengaruh *system quality* pada *continuance intention* melalui *satisfaction*. Didapatkan hasil penelitian bahwa *system quality* berpengaruh positif dengan signifikan terhadap

continuance intention melalui *satisfaction*. Dengan demikian, hipotesis keenam (H6) diterima. Temuan ini menekankan bahwa *satisfaction* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara variabel *system quality* terhadap intensi berkelanjutan, di mana pengguna yang merasa *system quality* yang baik terlebih dahulu merasakan *satisfaction* sebelum akhirnya mendorong niat melanjutkan penggunaan.

7. Penelitian ini menyajikan pengaruh *perceived usefulness* pada *continuance intention* melalui *satisfaction*. Dihasilkan penelitian dengan menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh ke arah positif dan signifikan terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction*. Dengan demikian, hipotesis ketujuh (H7) diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa *satisfaction* berperan sebagai mediator yang menghubungkan variabel *perceived usefulness* dengan *continuance intention*, yang berarti kegunaan yang dirasakan terlebih dahulu meningkatkan *satisfaction* sebelum akhirnya mendorong niat menggunakan secara berkelanjutan.

Implikasi

Implikasi Teoritis

Temuan dalam penelitian ini menghasilkan kontribusi teoretis terhadap kajian perilaku pengguna, khususnya dalam konteks keberlanjutan penggunaan aplikasi pesan instan. Hasil penelitian menjabarkan bahwa *system quality*, *perceived usefulness*, dan *satisfaction* merupakan variabel penting dalam menjelaskan pembentukan *continuance intention* pada aplikasi LINE.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mengonfirmasi Model *Expectation Confirmation* (ECM) yang menempatkan *perceived usefulness* dan *satisfaction* sebagai determinan utama dalam membentuk *continuance intention* pengguna. Namun demikian, kemampuan model dalam menjelaskan *continuance intention* berada pada tingkat yang moderat, yang menunjukkan bahwa meskipun *perceived usefulness* dan *satisfaction* berperan krusial dalam membentuk intensi penggunaan berkelanjutan, keputusan pengguna untuk konsisten menggunakan aplikasi tidak sepenuhnya ditentukan oleh variabel-variabel tersebut. Dengan kata lain, *continuance intention* merupakan variabel yang lebih kompleks dan terpengaruh oleh berbagai faktor eksternal di luar kerangka penelitian, seperti kebiasaan penggunaan, pengaruh sosial, atau faktor alternatif aplikasi sejenis.

Temuan bahwa *system quality* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* menunjukkan bahwa *satisfaction* pengguna tidak hanya didorong oleh unsur emosional, tetapi juga dari kualitas teknis sistem dan manfaat praktis yang dirasakan. Selain itu, temuan dari penelitian ini membuktikan bahwa *satisfaction* berperan sebagai konstruk mediasi yang memperkuat korelasi antara *system quality* dan *perceived usefulness* ke *continuance intention*.

Di sisi lain, penelitian ini memperluas ECM dengan mengintegrasikan *system quality* sebagai faktor teknis yang memengaruhi *satisfaction*, namun tidak berdampak langsung ke *continuance intention*. Luaran ini menunjukkan bahwa *system quality* tidak secara otomatis mendorong intensi penggunaan berkelanjutan. Hal tersebut memberikan pemahaman baru bahwa aspek *system quality* lebih berperan sebagai faktor pendukung yang membentuk *satisfaction* pengguna terlebih dahulu, sebelum akhirnya memengaruhi keputusan untuk terus menggunakan aplikasi.

Hasil ini juga memperluas literatur terkait *continuance intention* pada konteks aplikasi pesan instan, khususnya LINE, yang masih relatif terbatas dalam penelitian sebelumnya. Temuan ini dapat menjadi

referensi bagi pengembangan model keberlanjutan penggunaan sistem informasi digital, khususnya pada aplikasi yang telah digunakan secara luas dan bersifat jangka panjang.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola aplikasi LINE perlu memfokuskan strategi pengembangan layanan pada peningkatan *system quality*, kegunaan aplikasi, dan *satisfaction* pengguna. Pertama, *system quality* terbukti berperan penting dalam meningkatkan *satisfaction* pengguna. Oleh karena itu, LINE perlu memastikan stabilitas sistem, navigasi yang mudah, fungsionalitas yang relevan, serta desain yang nyaman agar pengguna dapat berkomunikasi dengan lancar tanpa gangguan teknis, seperti *bug* atau keterlambatan akses.

Kedua, *perceived usefulness* menjadi faktor penting dalam mendorong *satisfaction* dan niat penggunaan berkelanjutan. LINE disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur yang benar-benar mendukung kebutuhan komunikasi pengguna, baik untuk aktivitas personal maupun profesional, sehingga aplikasi dirasakan memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Ketiga, *satisfaction* pengguna terbukti berperan sebagai faktor kunci yang menghubungkan *system quality* dan kegunaan aplikasi dengan *continuance intention*. Oleh karena itu, peningkatan pengalaman pengguna secara konsisten melalui kualitas teknis yang baik dan fitur yang relevan menjadi strategi penting untuk mempertahankan penggunaan aplikasi LINE dalam jangka panjang. Dengan meningkatkan *satisfaction* melalui *system quality* dan manfaat yang dialami dapat mendorong keinginan penggunaan berkelanjutan dan mempertahankan keberlanjutan penggunaan aplikasi dalam jangka panjang.

SARAN

Dengan mempertimbangkan batasan penelitian ini, beberapa saran untuk penelitian mendatang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian di masa mendatang disarankan untuk melibatkan responden dari wilayah yang lebih luas, baik di kota lain maupun daerah dengan karakteristik demografis yang berbeda, agar hasil studi memiliki ukuran generalisasi yang lebih tinggi sehingga dapat menggambarkan perilaku pengguna aplikasi pesan instan secara lebih menyeluruh.
2. Menambah variabel lain seperti *seperti trust, perceived ease of use, user experience* untuk mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif.
3. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengamati lebih dari satu aplikasi pesan instan sebagai objek penelitian, atau melakukan studi komparatif antar platform, agar hasil penelitian tidak hanya spesifik pada LINE, tetapi juga dapat memberikan gambaran yang lebih umum mengenai perilaku pengguna aplikasi pesan instan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. R., Nursyamsi, I., & Syamsuddin, A. R. (2020). Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Case Study on Gojek Makassar Consumers). *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 13(1), 82–97. <https://doi.org/10.12695/ajtm.2020.13.1.6>

- Ahdiat, A. (2024, September 20). *Tingkat Penetrasi Internet di 38 Provinsi Indonesia Tahun 2024*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ed03a813441/tingkat-penetrasi-internet-di-38-provinsi-indonesia-tahun-2024>
- Al-Hattami, H. M., & Almaqtari, F. A. (2023). What determines digital accounting systems' continuance intention? An empirical investigation in SMEs. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/S41599-023-02332-3>;SUBJMETA
- Ali, W. B., & Kim, L. (2024). Do travelers want to stop using gas-vehicles? Influences of perceived usefulness. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101144. <https://doi.org/10.1016/J.SSAHO.2024.101144>
- Al-Okaily, M., Al-Kofahi, M., Shiyyab, F. S., & Al-Okaily, A. (2025). Determinants of user satisfaction with financial information systems in the digital transformation era: insights from emerging markets. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(3–4), 1171–1190. <https://doi.org/10.1108/GKMC-12-2022-0285>
- Aprilia, Y., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Brand Somethinc. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193–3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Asyraf, M. F., Anofrizen, Syaifullah, & Saputra, E. (2025). The Impact of User Satisfaction on the Intention to Continuously use the Threads Application: An ECM Approach. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.32520/stmsi.v14i2.5027>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa)*, 2023. <https://Jakarta.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/2/MTI3MCMY/Jumlah-Penduduk-Menurut-Kabupaten-Kota-Di-Provinsi-Dki-Jakarta-.Html>
- Bashir, T., Zhongfu, T., Sadiq, B., Niaz, U., Anjum, F., & Mahmood, H. (2022). An assessment of influential factors developing the intention to use social media sites: A technology acceptance model based approach. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.983930>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Bölen, M. C. (2020). Exploring the determinants of users' continuance intention in smartwatches. *Technology in Society*, 60, 101209. <https://doi.org/10.1016/J.TECHSOC.2019.101209>
- CNBC Indonesia. (2022, June 24). *ine OpenChat Tutup 20 Juli, Susul Line Today*.
- Darmawan, S., & Pasaribu, R. D. (2024). Continue Use Intention Analysis Using The Integration Of The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) 2 And Delone & Mclean (D&M) Models Modified In The My Telu Mobile Student Account Application. *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Dube, N., & Humbani, M. (2024). Testing a modified information system success model in a mobile travel app context. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 90(6). <https://doi.org/10.1002/isd2.12339>
- Franque, F. B., Oliveira, T., & Tam, C. (2021). Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context. *Heliyon*, 7(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07807>
- Gandasari, R. A., & Tjhin, V. U. (2024). Examining Factors Influencing Continuance Intention to Use for Agricultural E-Commerce Platforms in Indonesia using SEM-PLS. *Journal of System and Management Sciences*. <https://doi.org/10.33168/jsms.2024.1009>

- Gottlieb, M., & Dyer, S. (2020). Information and Disinformation: Social Media in the COVID-19 Crisis. In *Academic Emergency Medicine* (Vol. 27, Issue 7, pp. 640–641). Blackwell Publishing Inc. <https://doi.org/10.1111/acem.14036>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION*. www.cengage.com/highered
- Hair, J. F., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Indria, Y. V., & Shihab, M. S. (2025). The Role of the Expectation Confirmation Model (ECM) Combined with Brand Awareness, Brand Image, Mobile Banking Service Quality, and Visual Appeal in Influencing Continuance Intention Among BTN Mobile Banking (Bale) Users. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Jung, Y. M., & Jo, H. (2025). Understanding Continuance Intention of Generative AI in Education: An ECM-Based Study for Sustainable Learning Engagement. *Sustainability (Switzerland)*, 17(13). <https://doi.org/10.3390/su17136082>
- Katadata.co.id. (2025, July 3). *Fitur Split Bill Aplikasi LINE Akan Ditutup Mulai 30 Juli 2025*.
- Kumparan.com. (2025, February 28). *Kenapa Line VOOM Dihapus di Indonesia? Berikut Penjelasannya*.
- Lai, X., Wang, Y., Ye, M., Zhuang, G., Li, Z., Lin, G., & Lin, X. (2024). Analyzing the factors influencing satisfaction and continuous use intention of Chinese government WeChat official accounts: Applying SEM approach. In *J. Electrical Systems* (Vol. 20, Issue 3). <https://mp.weixin.qq.com>
- Larasati, I. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Menggunakan Metode Servqual dan Expectation Confirmation Model*. 108.
- Li, X., & Zhu, W. (2022). System quality, information quality, satisfaction and acceptance of online learning platform among college students in the context of online learning and blended learning. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1054691>
- Li, Y., & Wang, J. (2021). Evaluating the Impact of Information System Quality on Continuance Intention Toward Cloud Financial Information System. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.713353>
- Liputan6. (2022, June 14). *Line Today Akan Tutup per 6 Juli 2022 di Indonesia*.
- Liu, H., Shao, M., Liu, X., & Zhao, L. (2021). Exploring the Influential Factors on Readers' Continuance Intentions of E-Book APPs: Personalization, Usefulness, Playfulness, and Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.640110>
- Liu, J., Sun, H. L., Kuang, L., & Zheng, J. (2025). A longitudinal study of user continuance intention to use public digital cultural services. *Library and Information Science Research*, 47(1). <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2025.101343>
- Liu, Y., Park, Y., & Wang, H. (2025). The mediating effect of user satisfaction and the moderated mediating effect of AI anxiety on the relationship between perceived usefulness and subscription payment intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104176. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2024.104176>
- Lombu, W., & Wardana, I. M. (2024). The Role of Satisfaction in Mediating the Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Intention to Reuse Ovo E-Wallet in Badung Regency. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 1(4), 384–396. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v1i4.261>
- Lubis, A. F., Hadi Wijoyo, S., & Aryadita, H. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention pada Penggunaan Livin' by Mandiri (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ilmu

- Komputer Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(6), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Lusa, S., Handoko, L. P., & Nuswantara, P. G. (2022). Analysis of Acceptance Factor in Education Technology Industry: Case Study of Aku Pintar. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 7(2), 130. <https://doi.org/10.17977/um039v7i22022p130>
- Magdolen, M., Von Behren, S., Vallée, J., Chlond, B., & Vortisch, P. (2024). Response bias in Likert-style psychological items - An example from a large-scale travel survey in China. *Transportation Research Procedia*, 76, 349–360. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2023.12.060>
- Maharani, B. H., Pratama, B. C., Asmi, F., & Azizah, S. N. (2023). Continuance Intention Use E-Filing: The Influence Quality Information, System, Service and Satisfaction as a Mediator. *Jurnal Proaksi*, 10. <https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4957>
- Maimunah, S., & Satwika, Y. W. (2021). Hubungan Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 224–233. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i2.41197>
- Masri, N. W., You, J. J., Ruangkanjanases, A., Chen, S. C., & Pan, C. I. (2020). Assessing the effects of information system quality and relationship quality on continuance intention in e-tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1). <https://doi.org/10.3390/ijerph17010174>
- Maza, S., & Aprianty, R. A. (2022). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/AN-NUR>
- Muhammad, A., Hanggara, B. T., & Muslimah Az-Zahra, H. (2022). Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Aplikasi Whatsapp dan Telegram menggunakan Kuesioner Mecue. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(1), 129–133. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Muyarman, B., & Kartini, K. (2025). EVALUASI USER EXPERIENCE PADA APLIKASI LINE MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ). *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2.
- Nabil, F., & Efrilianda, D. A. (2025). Investigating the Influencing Aspects of User Continuance Intention of Google Workspace Ecosystem in Academic Environment based on Extended Expectation Confirmation Model (E-ECM). *Journal of Advances in Information Systems and Technology*, 7(1).
- Nathanael, S., Handy Wijaya, O., & Rizky Wicaksono, S. (2021). Usability Testing Pada Software Line Messenger. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/juisi.v1i2.298>
- Novira, D., Utomo, H. S., & Mulyanto, I. H. (2024). Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness towards Continuance Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variable: a study of Startup Companies Using e-Wallet. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(02), 602–614. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.669>
- Nuraeni, P., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Price terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab di Kota Bandung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1370. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1972>
- Nuriska, F. P., & Azizah, N. (2021). ANALISIS CONTINUANCE INTENTION TO USE LAYANAN VIDEO ON DEMAND DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI NETFLIX DI KOTA SURABAYA). *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2).
- Panggabean, A. D. (2024, May 29). Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024. *Radio Republik Indonesia*.

- Pereira, R., & Tam, C. (2021). Impact of enjoyment on the usage continuance intention of video-on-demand services. *Information & Management*, 58(7), 103501. <https://doi.org/10.1016/J.IM.2021.103501>
- Prasetyo, A., Irawan, D., Sensuse, D. I., Lusa, S., Wibowo, A., & Yulfitri, A. (2023). Evaluation of e-Service Quality Impacts Customer Satisfaction: One-Gate Integrated Service Application in Indonesian Weather Agency. *IJACSA International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 14(1), 2023. www.ijacsa.thesai.org
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 151–170.
- Rawashdeh, A. M., Elayan, M. B., Alhyasat, W., & Shamout, M. D. (2021). Electronic Human Resources Management Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Continuance Usage Intention: the Mediating Role of User Satisfaction in Jordanian Hotels Sector. *International Journal for Quality Research*, 15(2), 679–696. <https://doi.org/10.24874/IJQR15.02-20>
- Ruanganjanases, A., Hsu, S. L., Wu, Y. J., Chen, S. C., & Chang, J. Y. (2020). What drives continuance intention towards social media? Social influence and identity perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17). <https://doi.org/10.3390/su12177081>
- Salsabila, N. S., Ridwansyah, & Bahtiar, M. Y. (2025). An Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on the Intention of Repeated Use of Byond by BSI (Study on Customers in Bandar Lampung City). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 8(1), 109–125. <https://doi.org/10.31949/maro.v8i1.14013>
- Sarie, F., Sutaguna, I. N., Suiraoka, I. P., Damanik, D., Efrina, G., Sari, R., Nengsi, A. R., Triansyah, F. A., & Massenga, T. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN* (S. O. Manullang, Ed.). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Sarjana, K., Kurniawan, E., Lu’Luilmaknun, U., & Kertiyani, N. M. I. (2023). Analysis of Pre-Service Teacher’s Performance Viewed by Creativity and Self-Regulated Learning. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 9(1), 234. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i1.6467>
- Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to Use the Application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030125>
- Shi, M., Wang, Q., & Long, Y. (2023). Exploring the Key Drivers of User Continuance Intention to Use Digital Museums: Evidence From China’s Sanxingdui Museum. *IEEE Access*, 11, 81511–81526. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3297501>
- Simms, L. J., Zelazny, K., Williams, T. F., & Bernstein, L. (2019). Does the number of response options matter? Psychometric perspectives using personality questionnaire data. *Psychological Assessment*, 31(4), 557–566. <https://doi.org/10.1037/pas0000648>
- Singarimbun, Masri., & Effendi, Sofian. (2011). *Metode penelitian survai*. LP3ES.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Afabeta.
- Susilowati, H. (2020). Use E-learning systems: System Quality, Information Quality and Service Quality on User Satisfaction. *Journal of Business Management Review*, 1(3), 208–222. <https://doi.org/10.47153/jbmr13.352020>

-
- Susilowati, I. (2025). E-SATISFACTION SEBAGAI MEDIASI PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS SISTEM TERHADAP CONTINUANCE INTENTION. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4, 923–934.
- Tanujaya, B., Mumu, J., & Prahmana, R. C. I. (2022). Likert Scale in Social Sciences Research: Problems and Difficulties. *FWU Journal of Social Sciences*, 16(4), 89–101. <https://doi.org/10.51709/19951272/Winter2022/7>
- Uzun, A. M., Ünal, E., & Kilis, S. (2024). Modeling Factors Associated with Continuance Intention to Use E-Learning During and After COVID-19. *Educational Process: International Journal*, 13(3), 116–138. <https://doi.org/10.22521/edupij.2024.133.7>
- Wahyudi, S. E., Hidayatullah, S., Arman Prasetya, D., & Alvianna, S. (2024). Impact of System Quality, Information Quality, and Service Quality on Net Benefits through User Satisfaction on the PPID Malang Regency E-Government Web. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM)*, 6, 257. <https://doi.org/10.35629/5252-0607257266>
- Wara, L. S., Kalangi, L., & Gamaliel, H. (2021). PENGUJIAN MODEL KESUKSESAN SISTEM INFORMASI DELONE DAN MCLEAN PADA SISTEM APLIKASI PEMERIKSAAN (SIAP) DI BADAN PEMERIKSA KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA PERWAKILAN PROVINSI SULAWESI UTARA. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING" GOODWILL"*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35800/jjs.v12i1.31885>
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIX(2), 114–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>