

Pengaruh Kepuasan Pengguna *Threads* terhadap Niat untuk Terus menggunakan Aplikasi dengan pendekatan ECM

The Impact of User Satisfaction on the Intention to Continuously use the Threads Application: An ECM Approach

¹Fajri Muhammad Asyraf*, ²Anofrizen, ³Syaifullah, ⁴Eki Saputra

^{1,2,3,4}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

^{1,2,3,4}Jl. HR. Soebrantas No.Km.15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

*e-mail: 12050316287@students.uin-suska.ac.id, anofrizen@uin-suska.ac.id, syaifullah@uin-suska.ac.id, eki.saputra@uin-suska.ac.id

(received: 23 January 2025, revised: 13 February 2025, accepted: 15 February 2025)

Abstrak

Mempertahankan loyalitas pengguna di tengah persaingan platform media sosial yang semakin ketat menjadi tantangan utama bagi pengembang aplikasi. *Threads*, platform microblogging baru dari Meta, menunjukkan penurunan signifikan dalam pengguna aktif harian setelah peluncuran awalnya, meskipun awalnya mencatat pertumbuhan pengguna yang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan niat berkelanjutan untuk menggunakan *Threads* dengan pendekatan *Expectation Confirmation Model* (ECM). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang melibatkan 120 responden dan data di analisis menggunakan teknik analisis Struktural-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Satisfaction* merupakan variabel kunci yang berpengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use*, sementara *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use*. Selain itu, *Enjoyment* terbukti memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan *Satisfaction* dan *Continuance to Use*, menyoroti pentingnya aspek emosional dalam pengalaman pengguna. Studi ini merekomendasikan pengembang aplikasi untuk memastikan kepuasan pengguna tetap menjadi prioritas utama dengan memperbaiki kualitas layanan dan fitur yang relevan, serta meningkatkan manfaat aplikasi guna mempertahankan loyalitas pengguna.

Kata kunci: threads, *expectation confirmation model*, kepuasasn pengguna, niat untuk terus menggunakan

Abstract

Retaining user loyalty amidst the intensifying competition in social media platforms is a significant challenge for app developers. *Threads*, Meta's new microblogging platform, experienced a sharp decline in daily active users following its initial launch, despite rapid early user growth. This study aims to analyze the factors influencing user satisfaction and the intention to continue using *Threads* through the lens of the *Expectation Confirmation Model* (ECM). This research employs a quantitative approach, collecting data via an online questionnaire distributed to 120 respondents. The data was analyzed using *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). The findings indicate that *Satisfaction* is a key variable with a significant impact on *Continuance to Use*, whereas *Perceived Usefulness* does not significantly influence *Continuance to Use*. Additionally, *Enjoyment* plays a crucial role in enhancing both *Satisfaction* and *Continuance to Use*, emphasizing the importance of emotional factors in user experience. This study suggests that app developers should prioritize user satisfaction by improving service quality and relevant features while enhancing the app's overall value to sustain user loyalty.

Keywords: threads, *expectation confirmation model*, user satisfaction, *continuance intention*

1 Pendahuluan

Penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi. Berdasarkan laporan dari *We are Social*, Jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 138 juta orang atau sekitar 49,9% dari total seluruh populasi Indonesia pada Januari 2024 [1]. Media sosial kini memegang peran penting dalam kehidupan sosial masyarakat, di mana hubungan sosial dan identitas individu sebagian besar terbentuk melalui infrastruktur digital yang terus berkembang. Platform media sosial memungkinkan pengguna untuk memproduksi dan menyebarluaskan konten yang dibuat sendiri atau dikenal sebagai *User-generated content*, yang menjadi bagian dari sistem komunikasi yang mendorong diskusi, kreativitas, dan ekspresi budaya lokal [2]. Media sosial yang ada sekarang seperti Facebook, X (Twitter), Instagram telah mengubah cara orang-orang berinteraksi dan berbagi informasi secara online [3].

Sejalan dengan meningkatnya ketergantungan media sosial, perusahaan teknologi Meta membuat Platform media sosial baru yaitu “Threads” yang diluncurkan oleh Instagram sebagai aplikasi Microblogging yang diluncurkan pada 7 juli 2023, adalah salah satu platform media sosial baru yang sangat populer dikalangan pengguna muda. Threads hadir sebagai aplikasi Microblogging yang bertujuan untuk mengungguli X (Twitter) [4]. Threads memungkinkan pengguna untuk berbagi teks, gambar, dan video secara online. Threads memecahkan rekor sebagai platform tercepat yang meraih 10 juta pengguna aktif hanya dalam 7 jam setelah peluncurannya. Namun, setelah sebulan diluncurkan, Threads mengalami penurunan pengguna hingga sekitar 10,3 juta pengguna harian. Sebagai perbandingan, aplikasi X (Twitter) konsisten memiliki lebih dari 100 juta pengguna aktif harian jauh lebih unggul dari Threads yang puncak pengguna aktifnya hanya sekitar 49 juta pengguna [5]. Pengguna telah banyak merasakan dan menilai platform ini. Dilihat dari komentar di X (Twitter), penelitian oleh Meliani & Gustian [6] yang berjudul “*Analisis Sentimen Opini Publik terhadap Aplikasi Threads di Twitter menggunakan Metode Naive Bayes*” menemukan bahwa komentar negatif terhadap aplikasi Threads lebih dominan dibandingkan komentar positif. Dengan 64,25% komentar negatif, sementara 35,75% adalah komentar positif.

Expectation Confirmation Model (ECM) digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat berkelanjutan. ECM yang dikembangkan oleh Bhattacherje [7] Mengadopsi teori *Expectation Disconfirmation Theory (EDT)* oleh Oliver (1980). ECM menjelaskan bahwa kepuasan pengguna terhadap penggunaan awal sistem informasi menentukan niat untuk melanjutkan penggunaan sistem informasi. Model ini mencakup empat komponen utama, yaitu *Confirmation, Perceived Usefulness, Satisfaction, dan Continuance use Intention*. Dalam konteks media sosial seperti Threads, penelitian ini juga menambahkan variabel *Enjoyment*, karena aspek hiburan memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan pengguna.

Penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana kepuasan pengguna terhadap platform media sosial Threads dapat memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dan juga bagaimana ECM menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat berkelanjutan pengguna untuk menggunakan Threads. penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi terkait kepuasan dan niat berkelanjutan penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mempertahankan loyalitas pengguna Threads di tengah persaingan platform media sosial yang semakin ketat.

2 Tinjauan Literatur

Dalam era digital, perilaku pengguna media sosial terus menjadi topik yang menarik untuk diteliti, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat berkelanjutan pengguna dalam menggunakan aplikasi media sosial menjadi penting bagi pengembang platform. Threads, sebagai salah satu aplikasi microblogging terbaru, telah menarik perhatian para peneliti yang mencoba mengeksplorasi berbagai aspek pengalaman pengguna dan perilaku interaksi di platform tersebut.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai aspek dari aplikasi Threads. Penelitian oleh Lestari & Ambarwati [8] menggunakan pendekatan *Social Network Analysis (SNA)* untuk memahami perilaku pengguna di platform Threads. Temuan mereka mengungkapkan bahwa interaksi pengguna di Threads menunjukkan pola hubungan yang kompleks dan topik percakapan yang beragam. Penelitian lainnya oleh Anggraini & Suyatno [9] menguji aspek usability dan *user experience* Threads dengan menggunakan *metode System Usability Scale (SUS)* dan *user Experience*

Questionnaire (UEQ). Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Threads masih memiliki berbagai kekurangan, terutama pada aspek daya tarik dan keandalan, yang berdampak pada tingkat kepuasan pengguna [9]. Selain itu, penelitian oleh Abdullah et al. [10] berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Threads di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z lebih terdorong untuk menggunakan Threads karena keinginan untuk mengikuti tren dan pengaruh dari lingkungan sosial mereka, bukan karena kemudahan aplikasi tersebut.

Sejalan dengan perkembangan platform media sosial, penelitian tentang niat berkelanjutan pengguna telah menjadi fokus penting di berbagai studi akademis, terutama dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan media sosial dalam jangka panjang, Nazari [11] meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan untuk menggunakan instagram di kalangan mahasiswa Universitas Wroclaw dengan menggunakan ECM. Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mereka untuk terus menggunakan platform tersebut. Penelitian oleh Sharabati et.al. [12] menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna TikTok dan niat berkelanjutan untuk menggunakan aplikasi tersebut di Yordania. Penelitian ini mengadopsi teori *Use and Gratification Theory (UGT)* dan sebagian komponen dari ECM, dengan hasil utama menunjukkan bahwa kepuasan pengguna secara signifikan memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan TikTok. Ruangjaneses et al. [13] melakukan penelitian yang lebih luas dengan meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat berkelanjutan dalam menggunakan media sosial seperti Facebook dan Weiboo di taiwan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki hubungan positif yang signifikan dengan niat berkelanjutan penggunaan media sosial. Lai et al. [14] juga menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dan niat berkelanjutan untuk akun resmi WeChat pemerintah di Tiongkok. Temuan mereka menunjukkan bahwa kepuasan pengguna, persepsi kegunaan, dan eksternalitas jaringan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan pengguna. Moukkt [15] mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan pengguna dalam menggunakan Facebook di kalangan mahasiswa di Uni Emirat Arab. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berperan penting dalam meningkatkan niat keberlanjutan pengguna media sosial. Selain itu, Variabel *Enjoyment* juga terbukti memengaruhi keterlibatan pengguna dengan media sosial.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa model ECM banyak digunakan dalam konteks penelitian media sosial untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat berkelanjutan pengguna. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada platform yang sudah matang dan memiliki basis pengguna yang besar, seperti Facebook, Instagram, Youtube, Wechat, dan TikTok. Hingga saat ini, belum ada penelitian yang mengkaji penggunaan ECM untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat berkelanjutan dalam konteks platform Threads, yang merupakan platform media sosial baru dengan karakteristik yang unik. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi celah pengetahuan tersebut dengan mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan penggunaan Threads dan niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi ini melalui pendekatan *Expectation Confirmation Model (ECM)*.

3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pengguna aplikasi Threads di Provinsi Riau, Indonesia. Pemilihan wilayah ini mempertimbangkan kemudahan akses peneliti dalam mengumpulkan data, sehingga memungkinkan pelaksanaan penelitian yang efektif dan efisien. Selain itu pemilihan wilayah ini juga didasarkan pada data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, yang menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Provinsi Riau mencapai 82,49% [16], yang menempatkan Wilayah ini sebagai salah satu wilayah dengan akses internet yang cukup tinggi. Responden dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, ini artinya sampel diperoleh dari peneliti secara kebetulan tanpa perencanaan dan sampel tersebut layak dijadikan sumber informasi untuk penelitian [17]. Teknik ini digunakan karena populasi pengguna Threads yang tidak diketahui secara pasti. Dalam penelitian ini, jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow yang dinyatakan dalam Persamaan (1) berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-p)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% (1,96)

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Berdasarkan Persamaan (1), jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow, dengan asumsi maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%, sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

(2)

Berdasarkan hasil perhitungan Persamaan (2) di atas, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah 96,04. Untuk memudahkan penelitian maka dikenakan menjadi 97 responden.

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang di rancang berdasarkan model *Expectation Confirmation Model* (ECM). Kuesioner terdiri dari empat variabel utama dengan 1 variabel tambahan, yaitu:

1. *Perceived Usefulness*, mengukur seberapa besar pengguna merasa Threads bermanfaat dalam kehidupan mereka.
2. *Confirmation*, mengukur sejauh mana pengalaman pengguna sesuai dengan ekspektasi awal mereka.
3. *Satisfaction*, mengukur tingkat kepuasan pengguna setelah menggunakan Threads.
4. *Continuance to Use*, mengukur niat pengguna untuk terus menggunakan Threads dalam jangka panjang.
5. *Enjoyment*, Mengukur tingkat kesenangan yang dirasakan pengguna.

Penyebaran kuesioner ini berlangsung selama 24 hari dengan total data yang terkumpul sebanyak 127 responden. Namun, total responden yang diambil hanya 120 jawaban karna 7 responden memiliki respon ganda dan tidak valid. Kuesioner online disebarkan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Threads. Kuesioner berisi 20 pertanyaan tentang variabel-variabel penelitian yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju, 5= sangat setuju). Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari beberapa indikator yang dirangkum dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pertanyaan kuesioner

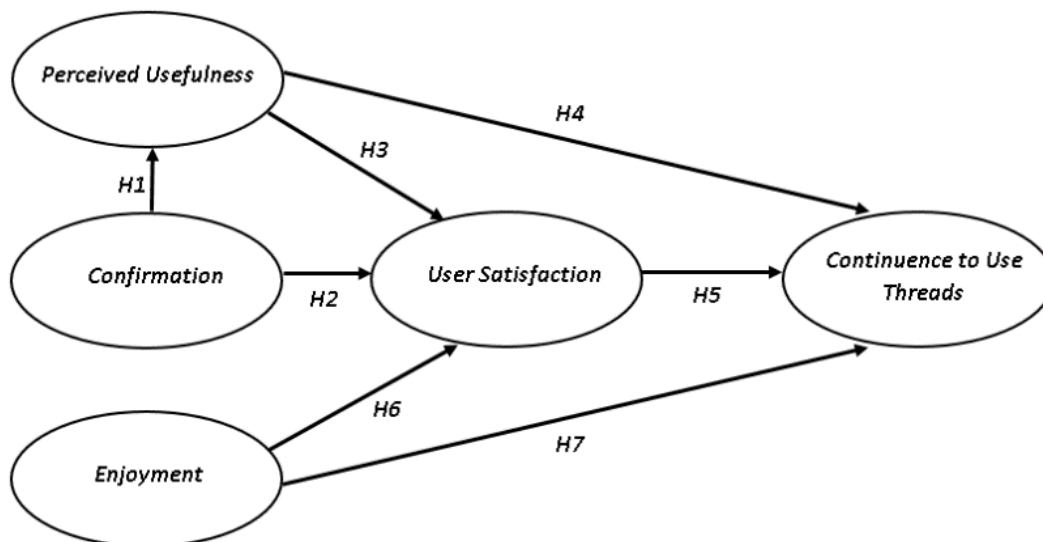
Variabel	Kode	Kuesioner	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kebermanfaatan)	PU1	Threads Membantu saya berbagi informasi lebih efisien	[14], [15], [18]
	PU2	Threads meningkatkan produktivitas saya dalam berkomunikasi	
	PU3	Threads memudahkan saya	
	PU4	Saya merasa Threads bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari saya	
<i>Confirmation</i> (konfirmasi)	CO1	Pengalaman saya menggunakan Threads sesuai Harapan saya	[11], [19]
	CO2	Fitur-fitur dari Threads sesuai dengan apa yang saya harapkan	
	CO3	Threads sesuai dengan apa yang saya harapkan dari sebuah aplikasi microblogging	
	CO4	Threads memenuhi kebutuhan saya seperti yang saya bayangkan	
<i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	SA1	Saya puas dengan pengalaman menggunakan Threads	[12], [13]
	SA2	Threads memenuhi kebutuhan saya dalam berbagi informasi dan berkomunikasi	
	SA3	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Threads	

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

	SA4	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan Threads	
Continuance to Use (Kelanjutan penggunaan)	CU1	Saya berniat untuk terus menggunakan Threads di masa mendatang	[12], [14]
	CU2	Saya akan terus menggunakan Threads secara rutin	
	CU3	Saya akan merekomendasikan Threads kepada orang lain	
	CU4	Saya berencana menggunakan Threads dalam jangka waktu yang lama	
Enjoyment (Kesenangan)	EJ1	Saya merasa senang saat menggunakan Threads	[15], [19]
	EJ2	Menggunakan Threads adalah aktifitas menyenangkan bagi saya	
	EJ3	Saya menikmati setiap moment saat menggunakan Threads	
	EJ4	Threads membuat waktu saya lebih menyenangkan	

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS (*Structural Equation Modeling – Partial Least Square*). PLS-SEM merupakan metode analisis yang menggabungkan pendekatan struktural, analisis faktor, dan analisis jalur dalam satu teknik. Proses evaluasi dalam metode ini dilakukan melalui *inner model* dan *outer model* [20]. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui pengujian *Outer Loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Composite Reliability (CR)* untuk memastikan bahwa indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Selain itu, uji *Discriminant Validity* dilakukan menggunakan *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*. Selanjutnya Model Struktural diuji untuk mengetahui hubungan antara variabel laten, dengan memerhatikan nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*), *T-statistic*, dan *P-value*. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.9 untuk menganalisis model struktural dan model pengukuran.

Adapun rancangan hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model hipotesis

- H1: *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*
- H2: *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*
- H3: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*
- H4: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Continuance to Use Threads*
- H5: *User Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance to Use Threads*
- H6: *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*
- H7: *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Continuance to Use Threads*

H7: *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Continuance to Use Threads*

4 Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan berdasarkan metode yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil penelitian ini mencakup analisis karakteristik responden, evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, serta pengujian hipotesis. Selain itu, temuan penelitian ini dibahas dengan mengacu pada penelitian sebelumnya untuk memperjelas kontribusi dan implikasi hasil yang diperoleh.

4.1 Demografi Responden

Survey ini mengumpulkan informasi demografi, termasuk jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili, dan frekuensi penggunaan Aplikasi di antara responden. Dari 120 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas adalah laki-laki (56%), sedangkan perempuan sebanyak 44%. Sebagian besar responden berada dalam rentang usia 18-24 tahun (74%), diikuti oleh usia 25-34 tahun (26%). Tidak ada responden yang berusia di atas 34 tahun. Berdasarkan pekerjaan, responden mayoritas adalah mahasiswa (72%), diikuti oleh wiraswasta (13%), karyawan swasta (10%), dan kelompok pekerjaan lainnya (5%). Tidak ada responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil atau tidak bekerja. Dalam frekuensi penggunaan aplikasi Threads, mayoritas responden menggunakan aplikasi ini beberapa kali seminggu (54%), diikuti oleh pengguna harian (20%), penggunaan mingguan (10%), pengguna bulanan (3%), dan penggunaan jarang (13%). Karakteristik demografi responden dalam penelitian ini dirangkum dalam Tabel 2, mencakup profil responden berdasarkan beberapa kategori utama.

Tabel 2. Demografi responden

Pertanyaan	Respon	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	• Laki-laki	67	56%
	• Perempuan	53	44%
Usia	• 18-24 tahun	89	74%
	• 25-34 tahun	31	26%
	• 35-44 tahun	-	-
	• 45 tahun ke atas	-	-
Pekerjaan	• Mahasiswa	86	72%
	• Pegawai Negeri Sipil	-	-
	• Karyawan Swasta	12	10%
	• Wirausaha	16	13%
	• Tidak bekerja	-	-
	• Pekerjaan lainnya	6	5%
Frekuensi penggunaan Threads	• Setiap hari	24	20%
	• Beberapa kali seminggu	64	54%
	• Seminggu sekali	12	10%
	• Sebulan sekali	4	3%
	• Jarang	16	13%

4.2 Pengolahan data

Bagian ini membahas pengolahan data untuk mengevaluasi model penelitian. Analisis dilakukan dalam dua tahapan, yaitu evaluasi model pengukuran untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural untuk menguji hubungan antar variabel laten. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode SEM-PLS.

4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran

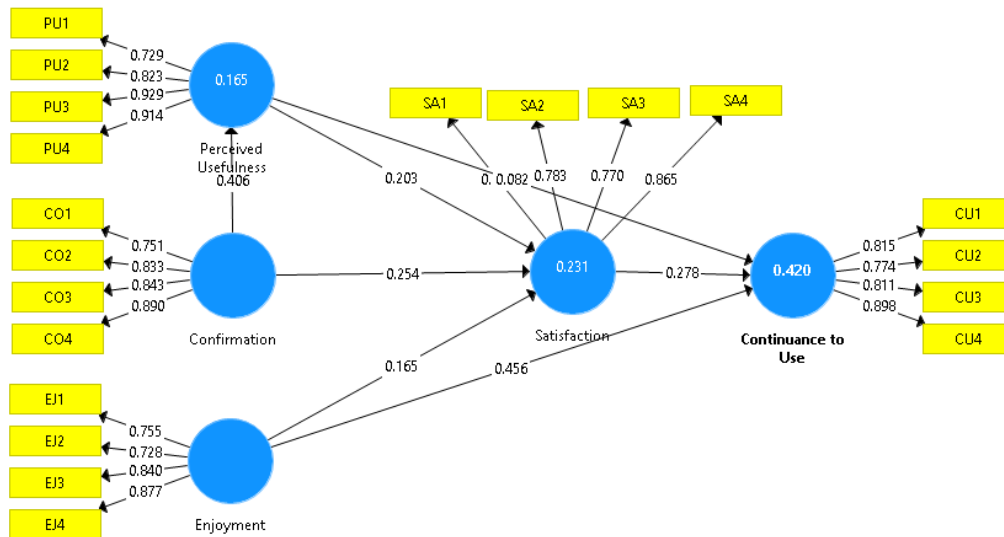
1) Loading Faktor

Loading Faktor merupakan korelasi antara setiap item pengukuran dengan variabel yang menunjukkan sejauh mana item tersebut mencerminkan pengukuran variabel yang di maksud. Semakin tinggi nilai *Loading Faktor*, semakin baik item tersebut mempresentasikan variabel yang diukur. Setelah dilakukan pengujian, semua item pengukuran harus memiliki nilai *Loading Faktor* (LF) $\geq 0,7$ seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Loading faktor

	<i>Confirmation</i>	<i>Continuance to Use</i>	<i>Enjoyment</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Satisfaction</i>
CO1	0.751				
CO2	0.833				
CO3	0.843				
CO4	0.890				
CU1		0.815			
CU2		0.774			
CU3		0.811			
CU4		0.898			
EJ1			0.755		
EJ2			0.728		
EJ3			0.840		
EJ4			0.877		
PU1				0.729	
PU2				0.823	
PU3				0.929	
PU4				0.914	
SA1					0.756
SA2					0.783
SA3					0.770
SA4					0.865

Confirmation (CO); *Perceived Usefulness* (PU); *Satisfaction* (SA); *Continuance to Use* (CU); *Enjoyment* (EJ).



Gambar 2. Pengujian model penelitian

Dari hasil dari Tabel 3 di atas seluruh indikator memiliki *Outer Loading* berkisar antara 0,729-0,929 yang berada di atas 0,7 yang artinya semua indikator menggambarkan dengan baik korelasi antara setiap item pengukuran dengan variabel.

2) *Composite Reliability (CR)*

Composite Reliability adalah nilai statistik yang digunakan untuk menilai reliabilitas suatu variabel, Menurut Hair (2019), nilai CR yang dianggap baik adalah lebih dari 0,7 ($CR \geq 0,7$). Hasil *Composite Reliability* untuk semua variabel dalam penelitian ini ditampilkan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Composite reliability

Variabel	<i>Composite Reliabilitys (CR)</i>
<i>Confirmation</i>	0.899
<i>Continuance to Use</i>	0.895
<i>Enjoyment</i>	0.878
<i>Perceived Usefulness</i>	0.913
<i>Satisfaction</i>	0.872

Berdasarkan hasil Tabel 4 di atas nilai *Composite Reliability* semua Variabel sudah diatas 0,7 dan bisa dikatakan reabilitas variabel sudah diatas angka minimal.

3) *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE menunjukkan rata-rata varians yang terkandung dalam item pengukuran suatu variabel. Nilai AVE dianggap baik adalah lebih dari 0,5 ($AVE \geq 0,6$). Jika hasil *Composite Reliability (CR)* dan *Average Variance Extracted (AVE)* sudah memenuhi syarat, maka model pengukuran dapat dianggap memenuhi aspek *convergent validity*.Tabel 5 menampilkan hasil perhitungan AVE untuk setiap variabel dalam penelitian ini.

Tabel 5. Average variance extracted

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Confirmation</i>	0.690
<i>Continuance to Use</i>	0.682
<i>Enjoyment</i>	0.644
<i>Perceived Usefulness</i>	0.727
<i>Satisfaction</i>	0.631

Hasil ini menunjukkan bahwa indikator pada setiap konstruk memiliki tingkat validitas konvergen yang baik dan dapat digunakan untuk analisis lanjut.

4) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dapat dinilai melalui tiga kriteria, yaitu *Fornell-Larcker criterion*, *cross loading*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*. Pendekatan ini dipilih oleh peneliti karena menurut Henseler dan Sarstedt, metode evaluasi *Discriminant Validity* dengan HTMT memiliki tingkat sensitivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan dua metode lainnya. Hal ini juga direkomendasikan oleh Hair, yang menyarankan agar pendekatan ini dilaporkan. Hasil analisis HTMT dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)

	<i>Confirmation</i>	<i>Continuance to Use</i>	<i>Enjoyment</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Satisfaction</i>
<i>Confirmation</i>					
<i>Continuance to Use</i>	0.547				
<i>Enjoyment</i>	0.454	0.685			
<i>Perceived Usefulness</i>	0.451	0.393	0.397		
<i>Satisfaction</i>	0.469	0.551	0.389	0.423	

Berdasarkan Tabel 6 di atas terlihat semua nilai validitas diskriminan variabel berada di bawah 0,9 yang di mana hasil ini sudah memenuhi syarat nilai validitas diskriminan [21].

4.2.2 Evaluasi Model struktural

1) *Path Coefficient*

Tahap ini merupakan proses evaluasi terhadap hipotesis penelitian. Dengan tingkat signifikansi 5% (α 0,05) hipotesis dapat diterima atau memiliki pengaruh signifikan jika *t-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* kurang dari 0,05. Selain itu, pada tahap ini perlu diperhatikan adanya multikolinieritas antara variabel eksogen maupun endogen. Pemeriksaan multikolinieritas dilakukan dengan mengacu pada nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dalam tabel inner VIF. Nilai VIF yang kurang dari 5 menunjukkan gejala multikolinieritas yang rendah atau dapat diabaikan. Berikut ini adalah hasil tabel inner VIF yang diperoleh. Tabel 7 menyajikan hasil analisis VIF dalam penelitian ini.

Tabel 7. Inner VIF values

	<i>Confirmation</i>	<i>Continuance to Use</i>	<i>Enjoyment</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Satisfaction</i>
<i>Confirmation</i>				1.000	1.307
<i>Continuance to Use</i>					
<i>Enjoyment</i>		1.210			1.246
<i>Perceived Usefulness</i>		1.239			1.265
<i>Satisfaction</i>		1.222			

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua nilai VIF berada di bawah ambang batas 5, yang berarti tidak ada masalah multikolinieritas yang dapat mengganggu estimasi koefisien jalur. Dengan demikian, model struktural memenuhi asumsi bebas multikolinieritas, sehingga hasil pengujian diinterpretasikan dengan akurat.

Tahapan selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Pengujian hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	<i>Decision</i>
CO -> PU	0.406	0.412	0.073	5.562	0.000	<i>Accepted</i>
CO -> SA	0.254	0.250	0.104	2.443	0.015	<i>Accepted</i>
PU -> SA	0.203	0.214	0.095	2.134	0.033	<i>Accepted</i>
PU -> CU	0.082	0.081	0.069	1.193	0.233	<i>Rejected</i>
SA -> CU	0.278	0.273	0.077	3.589	0.000	<i>Accepted</i>
EJ -> SA	0.165	0.166	0.081	2.026	0.043	<i>Accepted</i>

EJ -> CU	0.456	0.464	0.076	5.980	0.000	Accepted
----------	-------	-------	-------	-------	-------	----------

Confirmation (CO); Perceived Usefulness (PU); Satisfaction (SA); Continuance to Use (CU); Enjoyment (EJ).

Berdasarkan tabel *Path Coefficients* (koefisien jalur) diatas dapat disimpulkan:

H1: Confirmation berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness.

Confirmation berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.406, *T-Statistics* (5.562>1.96) dan nilai *P-Value* (0<0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **diterima**. Pernyataan ini sesuai dengan dengan penelitian[11], [14], [15], [22], [23], yang menunjukkan bahwa pengguna yang merasa ekspektasinya terpenuhi cenderung menganggap aplikasinya bermanfaat.

H2: Confirmation berpengaruh positif terhadap User Satisfaction

Confirmation berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.443, *T-Statistics* (2.443>1.96) dan *P-Value* (0.015<0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **diterima**. Pernyataan ini sesuai dengan dengan penelitian[11], [14], [15], [23], yang menunjukkan bahwa pengguna yang merasa ekspektasinya terpenuhi merasa puas saat menggunakannya.

H3: Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap User Satisfaction

Perceived Usefulness berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.203, *T-Statistics* (2.134<1.96) dan *P-Value* (0.033<0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **diterima**. Pernyataan ini sesuai dengan dengan penelitian[11], [14], [15], [22], [23], [24], yang menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

H4: Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Continuance to Use Threads

Perceived Usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.082, *T-Statistics* (1.193<1.96) dan *P-Value* (0.233>0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **ditolak**. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian[24], [25], yang menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak selalu memengaruhi niat untuk terus menggunakan.

H5 :User Satisfaction berpengaruh positif terhadap Continuance to Use Threads

Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.278, *T-Statistics* (3.589>1.96) dan *P-Value* (0<0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **diterima**. Pernyataan ini sesuai dengan dengan penelitian[11], [12], [14], [15], [23], [24], yang menunjukkan pengguna yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas tinggi terhadap aplikasi.

H6: Enjoyment berpengaruh positif terhadap User Satisfaction

Enjoyment berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.165, *T-Statistics* (2.026>1.96) dan *P-Value* (0.043<0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **diterima**. Pernyataan ini sesuai dengan dengan penelitian[19], [24], [26], yang menunjukkan bahwa rasa kesenangan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

H7: Enjoyment berpengaruh positif terhadap Continuance to Use Threads

Enjoyment berpengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.456, *T-Statistics* (5.980>1.96) dan *P-Value* (0<0.05). Berdasarkan hasil tersebut hipotesis ini **diterima**. Pernyataan ini sesuai dengan dengan penelitian[15], [19], [26], yang menunjukkan bahwa rasa kesenangan memainkan peran penting dalam mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi.

4.3 Implikasi Teoritis dan Praktis

Bagian ini menguraikan implikasi teoritis dan praktis berdasarkan temuan penelitian. Implikasi teoritis berfokus pada kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan teori, khususnya dalam konteks model ECM. Sementara itu, implikasi praktis menguraikan rekomendasi bagi pengembang aplikasi Threads dalam meningkatkan pengalaman dan loyalitas pengguna.

4.3.1 Implikasi Teoritis

Penemuan pada penelitian ini memiliki beberapa implikasi secara teoritis, yaitu:

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

1. Penambahan variabel *Enjoyment* dalam model ECM menunjukkan bahwa aspek emosional memiliki peran penting dalam memengaruhi *Satisfaction* dan *Continuance Intention* pengguna aplikasi Threads. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa kesenangan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pengguna dalam konteks media sosial.
2. Penelitian ini juga menemukan bahwa *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use*. Hal ini memberikan perspektif baru bahwa, dalam konteks aplikasi berbasis hiburan seperti Threads, manfaat fungsional cenderung kurang penting dibandingkan pengalaman emosional yang dirasakan pengguna.
3. Studi ini dapat menjadi referensi tambahan dalam literatur yang mengembangkan model ECM dengan memasukkan variabel *Enjoyment*, khususnya dalam penelitian terkait media sosial.

4.3.2 Implikasi Praktis

Penemuan pada penelitian ini memiliki beberapa implikasi secara praktis, yaitu :

1. *Enjoyment* menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap *Continuance to Use*, mengindikasikan bahwa pengembang aplikasi Threads perlu berfokus pada peningkatan aspek kesenangan. Ini dapat dilakukan melalui desain interaktif, fitur-fitur menarik, dan menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan.
2. Dalam konteks *Satisfaction*, *Confirmation* adalah variabel yang paling berpengaruh. Hal ini menekankan pentingnya memastikan bahwa aplikasi Threads mampu memenuhi harapan pengguna, baik dari segi fungsionalitas maupun kualitas layanan.
3. Pengembang Threads dapat mempertimbangkan untuk mengoptimalkan fitur yang meningkatkan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), meskipun variabel ini tidak berpengaruh langsung terhadap *Continuance to Use*. Pengoptimalan ini tetap penting untuk mendukung elemen lain, seperti *Satisfaction*.

5 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Satisfaction* merupakan variabel kunci yang berpengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use*. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna terhadap pengalaman mereka menggunakan Threads berkontribusi langsung terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi ini. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya [11], [13], [14], [15], yang menyatakan bahwa kepuasan meningkatkan loyalitas terhadap platform.

Penelitian ini juga menemukan bahwa *Confirmation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Satisfaction*. Pengguna yang merasa ekspektasinya terpenuhi cenderung menganggap Threads sebagai aplikasi yang bermanfaat dan merasa puas saat menggunakannya. Selain itu, *Perceived Usefulness* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction*, menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatannya dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Namun, *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Continuance to Use*, yang menunjukkan bahwa manfaat fungsional tidak selalu menjadi penentu utama niat penggunaan berkelanjutan.

Variabel *Enjoyment* terbukti berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* dan *Continuance to Use*, menekankan pentingnya aspek emosional dalam meningkatkan kepuasan dan mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Threads, yang menunjukkan bahwa faktor kesenangan memainkan peran penting dalam keberlanjutan penggunaan Threads.

Referensi

- [1] S. Kemp, "Digital 2024: Indonesia," Datareportal. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-Indonesia>.
- [2] J. P. Walsh, "Social Media and Moral Panics: Assessing the Effects of Technological Change on Societal Reaction," *Int. J. Cult. Stud.*, vol. 23, no. 6, pp. 840–859, 2020, doi: 10.1177/1367877920912257.
- [3] W. Agustin, R. Niswah, and R. Apriyani, "Dampak Media Sosial terhadap Pola Interaksi," *J. Multidisiplin Ilmu Akademik* vol. 1, no. 3, pp. 41–54, 2024. doi:<https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1342>.
- [4] N. Samrin and M. N. Akbar, "Analisis Sentimen Komentar Pengguna Aplikasi Threads pada

- Google Play Store menggunakan Algoritma Multinomial Naïve Bayes Berkembang , Platform Media Sosial telah mengubah Menurut Laporan ‘ Indonesian Digital Report 2022 ’ oleh Hootsuite (We are Social),” vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2023.
- [5] A. Cardillo, “Number of Threads Users (April 2024),” Exploding Topics. [Online]. Available: <https://explodingtopics.com/blog/threads-users>
- [6] W. Meliani and D. Gustian, “Analisis Sentimen Opini Publik terhadap Aplikasi Threads di Twitter menggunakan Metode Naïve,” *J. Nasional Ilmu Komputer* 2023. <https://sismatik.nusaputra.ac.id/index.php/sismatik/article/view/260/172>.
- [7] A. Bhattacharjee, “Understanding Information Systems Continuance: An Expectation confirmation Model ;,” *MIS Quarterly*, vol. 25, no. 3, pp. 351–370, 2001. doi: <https://doi.org/10.2307/3250921>
- [8] D. W. Lestari and R. Ambarwati, “Social Network Analysis: Understanding User Behavior in Threads,” *Kontigensi J. Ilm. Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 115–124, 2024, doi: 10.56457/jimk.v12i1.505.
- [9] A. Anggraini and D. F. Suyatno, “Pengujian Usability dan User Experience Aplikasi Threads menggunakan System Usability Scale (SUS) dan User Experience Questionnaire (UEQ),” *J. of Emerging Information System and Business Intelligence* vol. 05, no. 03, pp. 278–289, 2024, doi: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/63909>.
- [10] H. Yuemin, M. B. Mahamed, Z. Abdullah, and W. A. Binti Wan Abas, “Integrating TAM and UGT to Explore Motivations of using Social Media for News Reading among Chinese College Students,” *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 13, no. 6, pp. 2374–2389, 2023, doi: 10.6007/ijarbss/v13-i6/17330.
- [11] R. Nazari, “Factors Influencing Continuance Intention to use Instagram among Wroclaw University Students,” *The Central and Eastern European Online Library* pp. 91–103, 2023, doi:<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/63909>.
- [12] A. Sharabati, S. Al-Haddad, M. Al-Khasawneh, N. Nababteh, M. Mohammad, and Q. Abu Ghoush, “The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to use the Application,” *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 8, no. 3, 2022, doi: 10.3390/joitmc8030125.
- [13] A. Ruangkanjanases, S. L. Hsu, Y. J. Wu, S. C. Chen, and J. Y. Chang, “What drives Continuance Intention Towards Social Media? Social Influence and Identity Perspectives,” *Sustain.*, vol. 12, no. 17, pp. 1–15, 2020, doi: 10.3390/su12177081.
- [14] X. Lai, “Analyzing the Factors Influencing Satisfaction and Continuous use Intention of Chinese Government Wechat Official Accounts: Applying SEM Approach,” *J. Electr. Syst.*, vol. 20, no. 3, pp. 1842–1856, 2024, doi: 10.52783/jes.3750.
- [15] S. Mouakket, “Factors Influencing Continuance Intention to use Social Network Sites: The Facebook Case,” *Comput. Human Behav.*, vol. 53, pp. 102–110, 2015, doi: 10.1016/j.chb.2015.06.045.
- [16] A. Ahdiat, “Tingkat Penetrasi Internet di 38 Provinsi Indonesia Tahun 2024.” [Online]. Available:<https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/66ed03a813441/tingkat-penetrasi-internet-di-38-provinsi-Indonesia-tahun-2024?>
- [17] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,” *Bandung Alf.*, 2017.
- [18] R. Andrew and R. Ardianti, “Perceived Playfulness, Perceived usefulness, Confirmation dan Continuance Intention pada Layanan Video On Demand: Satisfaction sebagai Mediasi,” *MBR (Management Bus. Rev.)*, vol. 6, no. 2, pp. 195–211, 2022, doi: 10.21067/mbr.v6i2.7549.
- [19] F. Huang and S. Liu, “If I Enjoy, I Continue: The Mediating Effects of Perceived usefulness and Perceived Enjoyment in Continuance of Asynchronous Online English Learning,” *Educ. Sci.*, vol. 14, no. 8, 2024, doi: 10.3390/educsci14080880.
- [20] D. Musyaffi, A., Khairunnisa, H., dan Respati, Konsep Dasar Struc- tural Equation Model- Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan Smartpls. Pascal Books, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=KXpjEAAAQBAJ>.
- [21] S. Yamin, *Olah Data Statistik Smartpls 3 Smartpls 4 Amos & Stata (Mudah & Praktis)*, Edisi III. Dewangga Energi Internasional Publishing., 2023. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0b_LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=olah+data+statistik+smartpls+3+smartpls+4+amos+stata&ots=BAVgsi7J_q&sig=0-

- MaEhyQYp8nHI-uKaLIxHFgVeA&redir_esc=y#v=onepage&q=olah data statistik smartpls 3 smartpls 4 amos stata&f.
- [22] A. P. Oghuma, C. F. Libaque-Saenz, S. F. Wong, and Y. Chang, “An Expectation-Confirmation Model of Continuance Intention to use Mobile Instant Messaging,” *Telemat. Informatics*, vol. 33, no. 1, pp. 34–47, 2016, doi: 10.1016/j.tele.2015.05.006.
- [23] T. Hariguna, A. Ruangkanjanes, B. Bin Madon, and K. M. Alfawaz, “Assessing Determinants of Continuance Intention Toward Cryptocurrency Usage: Extending Expectation Confirmation Model with Technology Readiness,” *SAGE Open*, vol. 13, no. 1, 2023, doi: 10.1177/21582440231160439.
- [24] S. Kurniawan, “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Social Ties*, *Satisfaction*, *Habit* terhadap *Continuance Intention* pada Aplikasi Facebook di Indonesia,” *J. Ilm. Mhs.*, vol. 7, no. 1, pp. 1441–1450, 2018.
- [25] R. Naufalia, C. Lateefa, and D. Yassar, “Usefulness Factors to Predict the Continuance Intention using Mobile Payment, Case Study: GO-Pay, OVO, Dana,” *J. Soft Comput. Explor.*, vol. 2, no. 2, 2021, doi: 10.52465/josce.v2i2.50.
- [26] M. A. A. Damanik, A. Fauzi, and S. H. Situmorang, “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan Kepercayaan terhadap *Continuance Intention* melalui Kepuasan pada Generasi Millennial Pengguna *E-Wallet* di Kota Medan,” *Ekon. Keuangan, Investasi dan Syariah*, vol. 3, no. 4, pp. 827–834, 2022, doi: 10.47065/ekuitas.v3i4.1475.
- [27] R. Ramadhan, Anofrizen, E. Saputra, Syaifullah, “Analisis UI / UX pada Aplikasi Klik Pelalawan dengan Metode *Design Thinking* dan *System Usability Scale (SUS)* UI / UX Analysis of Klik Pelalawan Application using Design Thinking,” *J. Sist. Informasi.*, vol. 14, pp. 392–405, 2025.
- [28] B. Maulana, M. Rahmawita, Syaifullah, M. Jazman, “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi MyTelkomsel menggunakan Metode *Importance Peformance Analysis (IPA)* dan *End User Computing Satisfaction (EUCS)* User Satisfaction Analysis of MyTelkomsel Application using,” *J. Sist. Inf.*, vol. 14, pp. 307–322, 2025, doi: <https://doi.org/10.32520/stmsi.v14i1.4866>.