

**ANALISIS NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN PADA
APLIKASI KLIK INDOMARET MENGGUNAKAN
*EXTENDED EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL***

SKRIPSI



OLEH:

RYAN MUHAMMAD IRFAN

NIM. 2210817310013

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN, SEPTEMBER 2026**

**ANALISIS NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN PADA
APLIKASI KLIK INDOMARET MENGGUNAKAN
*EXTENDED EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL***

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Sarjana Strata-1 Teknologi Informasi



OLEH:

RYAN MUHAMMAD IRFAN

NIM. 2210817310013

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN, SEPTEMBER 2026**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ryan Muhammad Irfan
NIM : 2210817310013
Fakultas : Teknik
Prodi : Teknologi Informasi
Judul : Analisis Niat Penggunaan Berkelanjutan
pada Aplikasi Klik Indomaret Menggunakan
Extended Expectation-Confirmation Model
Pembimbing Utama : Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan.

Banjarmasin, 28 September 2026



RYAN MUHAMMAD IRFAN

NIM. 2210817310013

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI PROGRAM STUDI S-1 TEKNOLOGI INFORMASI

Analisis Niat Penggunaan Berkelanjutan pada Aplikasi Klik Indomaret Menggunakan

Extended Expectation-Confirmation Model

Oleh

Ryan Muhammad Irfan (2210817310013)

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada 28 September 2026 dan dinyatakan

LULUS

Komite Penguji :

Ketua : Helda Yunita, S.Kom., M.Kom
199106192024062001

Anggota 1 : Erika Maulidiya, S.Kom., M.Kom.
200006192025062016

Anggota 2 : Ir. Eka Setya Wijaya, S.T., M.Kom
198205082008011010

Pembimbing : Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I.
Utama NIP. 198810272019032013

12 OCT 2026

Banjarbaru, ...

Diketahui dan disahkan oleh:

Wakil Dekan Bidang Akademik

Fakultas Teknik ULM,



Dr. Mahoud, S.T., M.T.

NIP. 197401071998021001

Koordinator Program Studi

S-1 Teknologi Informasi,

Andrean Rizky Baskara, S.Kom., M.Kom.

NIP. 199307032019031011

PERSETUJUAN MAJU SIDANG SKRIPSI

**ANALISIS NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN
PADA APLIKASI KLIK INDOMARET MENGGUNAKAN
*EXTENDED EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL***

**OLEH
RYAN MUHAMMAD IRFAN
NIM.2210817310013**

**Telah diperiksa dan terpenuhi semua persyaratan akademik, administrasi, dan
disetujui untuk dipertahankan di hadapan dewan penguji**

Banjarmasin, 10 September 2026



**Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I
NIP. 198810272019032013**

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat industri *e-grocery* di Indonesia turut mendorong persaingan antar platform, termasuk aplikasi Klik Indomaret yang menempati posisi kedua sebagai layanan *e-grocery* paling banyak digunakan. Namun, data retensi pengguna menunjukkan penurunan sangat drastis dari hari pertama hingga hari ketiga puluh, mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi awal pengguna dan pengalaman aktual yang dirasakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*) pada aplikasi Klik Indomaret menggunakan *extended Expectation-Confirmation Model* (ECM) yang diperluas dengan variabel *perceived price fairness*, *e-logistic service quality*, dan *trust*. Data dikumpulkan melalui kuesioner online kepada 108 responden pengguna aktif aplikasi Klik Indomaret, kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sepuluh hipotesis yang diuji, tujuh hipotesis diterima dan tiga hipotesis ditolak. *Satisfaction* menjadi faktor dengan pengaruh langsung terkuat terhadap *continuance intention* dengan nilai *path coefficient* (β) sebesar 0,554, diikuti *trust* dengan nilai *path coefficient* (β) sebesar 0,250 dan *perceived usefulness* dengan nilai *path coefficient* (β) sebesar 0,241. *Confirmation* berpengaruh kuat terhadap *perceived usefulness* dengan nilai *path coefficient* (β) sebesar 0,714. Sementara itu, *perceived price fairness* dengan nilai *path coefficient* (β) sebesar 0,120 dan *e-logistic service quality* dengan nilai *path coefficient* (β) sebesar -0,208 tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Nilai koefisien determinasi menunjukkan model mampu menjelaskan variasi *continuance intention* sebesar 69,9%. Temuan ini diharapkan menjadi masukan bagi pengelola aplikasi Klik Indomaret dalam merancang strategi peningkatan kepuasan dan kepercayaan pengguna guna mengatasi krisis retensi tersebut.

Kata kunci: *Continuance Intention*, *Expectation-Confirmation Model*, Klik Indomaret, PLS-SEM, *Satisfaction*

ABSTRACT

The rapid growth of the e-grocery industry in Indonesia has intensified competition among platforms, including the Klik Indomaret app, which ranks second among the most widely used e-grocery services. However, user retention data reveals a drastic decline from day one to day thirty, suggesting a discrepancy between initial user expectations and the actual experience. This study aims to analyze the factors influencing the intention to continue using the Klik Indomaret app by employing an extended Expectation-Confirmation Model (ECM) that incorporates variables such as perceived price fairness, e-logistic service quality, and trust. Data were collected via an online questionnaire from 108 active Klik Indomaret app users and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. The results indicate that out of ten hypotheses tested, seven were accepted and three were rejected. Satisfaction emerged as the factor with the strongest direct influence on continuance intention (path coefficient $\beta = 0.554$), followed by trust ($\beta = 0.250$) and perceived usefulness ($\beta = 0.241$). Confirmation strongly influenced perceived usefulness ($\beta = 0.714$). Conversely, perceived price fairness ($\beta = 0.120$) and e-logistic service quality ($\beta = -0.208$) were not found to have a significant effect on continuance intention. The coefficient of determination indicates that the model explains 69.9% of the variance in continuance intention. These findings are expected to provide valuable insights for Klik Indomaret management in designing strategies to enhance user satisfaction and trust, thereby addressing the retention crisis.

Keywords: Continuance Intention, Expectation-Confirmation Model, Klik Indomaret, PLS-SEM, Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan, dan kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Niat Penggunaan Berkelanjutan pada Aplikasi Klik Indomaret Menggunakan *Extended Expectation-Confirmation Model*” ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju cahaya keilmuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada:

1. Bapak Dekan Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat, yang telah memberikan izin dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ketua Jurusan Teknologi Informasi, yang selalu memberikan arahan dalam proses akademik.
3. Bapak Andreyan Rizky Baskara, S.Kom., M.T., selaku Koordinator Program Studi Teknologi Informasi, yang senantiasa memberikan bimbingan dan dukungan selama masa studi.
4. Ibu Muti'a Maulida, S.Kom., M.T.I., selaku pembimbing utama, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis.
5. Orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan materiil tanpa henti.
6. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Teknologi Informasi, yang telah menjadi tempat berbagi ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dan mengisi kuesioner penelitian ini.

8. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Skripsi ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I: Pendahuluan, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.
- BAB II: Tinjauan Pustaka, berisi landasan teori, penelitian terkait, dan kerangka pemikiran.
- BAB III: Metodologi Penelitian, meliputi alat dan bahan, lokasi penelitian, alur penelitian.
- BAB IV: Hasil dan Pembahasan, yang memaparkan hasil penelitian serta analisisnya.
- BAB V: Kesimpulan dan Saran, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk pengembangan lebih lanjut.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi para pembaca.

Banjarmasin, 28 September 2026

Penulis,



RYAN MUHAMMAD IRFAN

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN MAJU SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terkait.....	11
2.1.1 <i>The crucial role of e-logistic service quality to integrated theories to predict continuance intention on fresh produce e-commerce</i>	11
2.1.2 <i>Predicting m-Commerce Continuance Intention and Price Sensitivity in Indonesia by Integrating of Expectation-Confirmation and Post-acceptance Model</i>	12

2.1.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Repurchase Intention</i> Pada <i>E-Marketplace</i> Dengan Menggunakan <i>Extended Expectation Confirmation Model</i> (ECM).....	13
2.1.4	<i>Determinants of intention to continue usage of online shopping under a pandemic: COVID-19</i>	15
2.1.5	Anteseden Niat Beli Ulang Belanja <i>Online</i> : Uji E-kepuasan Sebagai Mediasi	16
2.2	Landasan Teori	23
2.2.1	<i>E-Grocery</i>	23
2.2.2	Klik Indomaret.....	23
2.2.3	<i>Expectation-Confirmation Model</i> (ECM).....	25
2.2.4	<i>Perceived Usefulness</i>	27
2.2.5	<i>Confirmation</i>	28
2.2.6	<i>Satisfaction</i>	29
2.2.7	<i>Continuance Intention</i>	30
2.2.8	<i>E-Logistic Service Quality</i>	31
2.2.9	<i>Perceived Price Fairness</i>	32
2.2.10	<i>Trust</i>	34
2.2.11	<i>Outer Model</i>	35
2.2.12	<i>Inner Model</i>	38
2.2.13	Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	38
2.3	Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		41
3.1	Alat dan Bahan	41
3.1.1	Alat.....	41
3.1.2	Bahan	41
3.2	Lokasi/Objek Penelitian	42

3.3	Alur Penelitian.....	42
3.3.1	Identifikasi Masalah.....	43
3.3.2	Studi Literatur	44
3.3.3	Perumusan Hipotesis dan Penentuan Model Penelitian.....	44
3.3.4	Penentuan Variabel dan Penyusunan Kuesioner Penelitian	53
3.3.5	Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	64
3.3.6	Penyebaran Kuesioner	69
3.3.7	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis dengan Metode PLS-SEM.	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		76
4.1	Hasil.....	76
4.1.1	<i>Pilot Study</i> Tahap Pertama.....	76
4.1.2	<i>Pilot Study</i> Tahap Kedua	84
4.1.3	Demografi Responden	94
4.1.4	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	103
4.1.5	Evaluasi <i>Inner Model</i>	112
4.1.6	Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	113
4.2	Pembahasan	115
4.2.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	116
4.2.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan/ <i>Continuance Intention</i>	118
4.2.3	Pengaruh <i>Confirmation</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	119
4.2.4	Pengaruh <i>Confirmation</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	119
4.2.5	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan/ <i>Continuance Intention</i>	120
4.2.6	Pengaruh <i>Perceived Price Fairness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	120
4.2.7	Pengaruh <i>Perceived Price Fairness</i> terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan/ <i>Continuance Intention</i>	121

4.2.8	Pengaruh <i>E-Logistic Service Quality</i> terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan/ <i>Continuance Intention</i>	122
4.2.9	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	124
4.2.10	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan/ <i>Continuance Intention</i>	124
4.2.11	Implikasi Penelitian	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		133
5.1	Kesimpulan.....	133
5.2	Saran	134
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN.....		145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Pertumbuhan <i>E-grocery</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2 Grafik <i>Retention Rate</i> Klik Indomaret	4
Gambar 1.3 Data Histori <i>Retention</i> Klik Indomaret	4
Gambar 2.1 Aplikasi dan Fitur Klik Indomaret	24
Gambar 2.2 <i>Expectation Confirmation Model</i> (ECM).....	26
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	43
Gambar 3.2 Model Penelitian	52
Gambar 3.3 <i>Monthly Active Users</i> Klik Indomaret.....	64
Gambar 3.4 Sampel G*Power.....	67
Gambar 3.5 Alur Analisis Data dan Pengujian	70
Gambar 4.1 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> Rancangan Model Pertama	79
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> Rancangan Model Kedua	86
Gambar 4.3 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> Rancangan Model Ketiga Setelah Indikator Dihapus.....	91
Gambar 4.4 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	97
Gambar 4.5 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	98
Gambar 4.6 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	99
Gambar 4.7 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	100
Gambar 4.8 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.	100
Gambar 4.9 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Aplikasi Klik Indomaret.....	101
Gambar 4.10 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	102
Gambar 4.11 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Fitur yang Digunakan	

.....	103
Gambar 4.12 Hasil <i>Bootstrapping</i>	115
Gambar 4.13 Model Akhir Penelitian	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Rating Aplikasi E-Grocery</i> di Google Play Store	2
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	18
Tabel 3.1 Daftar Alat Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Bahan Penelitian	42
Tabel 3.3 Indikator Penelitian	54
Tabel 3.4 Kuesioner Penelitian	58
Tabel 3.5 Skala Likert.....	63
Tabel 3.6 Demografi Responden.....	68
Tabel 4.1 <i>Outer Loading Pilot Study</i> Tahap Pertama	76
Tabel 4.2 AVE <i>Pilot Study</i> Tahap Pertama.....	79
Tabel 4.3 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability Pilot Study</i> Tahap Pertama	80
Tabel 4.4 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Pilot Study</i> Tahap Pertama.....	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Keterbacaan	82
Tabel 4.6 <i>Outer Loading Pilot Study</i> Tahap Kedua.....	84
Tabel 4.7 AVE <i>Pilot Study</i> Tahap Kedua	87
Tabel 4.8 <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite Reliability Pilot Study</i> Tahap Kedua	87
Tabel 4.9 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Pilot Study</i> Tahap Kedua	88
Tabel 4.10 <i>Outer Loading Pilot Study</i> Setelah Indikator Dihapus	89
Tabel 4.11 AVE <i>Pilot Study</i> Tahap Kedua Setelah Indikator Dihapus.....	92
Tabel 4.12 <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite Reliability Pilot Study</i> Tahap Kedua Setelah Indikator Dihapus	93
Tabel 4.13 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Pilot Study</i> Tahap Kedua Setelah Indikator Dihapus.....	94

Tabel 4.14 Ringkasan Demografi Responden.....	94
Tabel 4.15 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	104
Tabel 4.16 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>Confirmation</i> (CON).....	105
Tabel 4.17 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>E-Logistic Service Quality</i> (LOG)	106
Tabel 4.18 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>Perceived Price Fairness</i> (PRI)	107
Tabel 4.19 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>Trust</i> (TR)	107
Tabel 4.20 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>Satisfaction</i> (SA).....	108
Tabel 4.21 Ringkasan Skala Jawaban Variabel <i>Continuance Intention</i> (CIN)...	109
Tabel 4.22 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	110
Tabel 4.23 Hasil Evaluasi <i>Inner Model</i>	112
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	145
Lampiran 2. Data Responden Penelitian.....	146
Lampiran 3. <i>Form</i> Kuesioner.....	150
Lampiran 4. Hasil Kuesioner	155
Lampiran 5. Izin ke Pihak Klik Indomaret.....	165
Lampiran 6. Penyampaian Hasil Penelitian ke Pihak Klik Indomaret.....	165
Lampiran 7. Lembar Konsultasi.....	166