

## ABSTRAK

Zenius mengalami kenaikan jumlah pengguna hingga mencapai 20 juta pengguna pada tahun 2021 (Sugandi, 2021). Kenaikan jumlah pengguna ini dapat menjadi negatif jika pengembang Zenius tidak memikirkan bagaimana mengelola pertumbuhan jumlah pengguna ini. Berdasarkan SimilarWeb, pada November 2023 hingga Februari 2024 ditemukan jumlah *engagement* pengguna cenderung menurun, penelitian yang dilakukan Zarkasi dkk pada tahun 2022 juga menunjukkan tingkat retensi pada Zenius masih lebih rendah dari target yang ingin dicapai, selain itu jika melihat dari ulasan pada aplikasi Zenius banyak permasalahan yang dialami oleh pengguna seperti aplikasi yang sudah tidak *support ios 13*, terdapat *bug*, sudah melakukan menyimpan pada *try out* namun tidak tersimpan dan beberapa video materi yang hilang. Melihat ketiga permasalahan tadi maka perlu dilakukan analisis terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention to use* agar pengguna selalu menggunakan aplikasi *mobile Zenius* dalam waktu yang panjang dan dapat bersaing dengan aplikasi yang serupa. Penelitian ini menggunakan adopsi model yang dikembangkan oleh Wang dan Lin 2021, variabel-variabel yang digunakan pada model ini yaitu *confirmation*, *perceived skill*, *perceived challenge*, *perceived usefulness*, *user satisfaction*, *flow experience*, *habit*, dan *continuance intention to use*. Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan didapatkan 169 responden dengan data yang *valid* sebanyak 112. Data diolah menggunakan SmartPLS untuk analisis deskriptif dan analisis statistik. Hasil dari penelitian menyimpulkan 7 hipotesis dari 13 hipotesis dapat diterima. Faktor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention to use* yaitu *user satisfaction* dan *flow experience* kemudian *user satisfaction* dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *flow experience* selanjutnya *perceived usefulness* dipengaruhi oleh *confirmation* dan terakhir *flow experience* dipengaruhi oleh *confirmation* dan *perceived challenge*.

**Kata Kunci** : *Continuance Intention to Use*, Zenius, *Expectation Confirmation Model* (ECM), *SmartPLS*

## ABSTRACT

*Zenius has experienced an increase in the number of users, reaching 20 million users in 2021 (Sugandi, 2021). This increase in the number of users can be damaging if Zenius developers do not think about how to manage this growth in the number of users. Based on SimilarWeb, from November 2023 to February 2024, it was found that the number of user engagements tended to decrease; research conducted by Zarkasi et al. in 2022 also showed that the retention rate at Zenius was still lower than the target to be achieved, besides that if you look at the reviews on the Zenius application, there are many problems experienced by users such as applications that do not support iOS 13, there are bugs, have saved the tryout but not saved and some video material is missing. Seeing these three problems, it is necessary to analyze the factors that influence continuance intention to use so that users always use the Zenius mobile application for a long time and can compete with similar applications. This study uses the adoption of a model developed by Wang and Lin 2021, the variables used in this model are confirmation, perceived skill, perceived challenge, perceived usefulness, user satisfaction, flow experience, habit, and continuance intention to use. Data was obtained by distributing questionnaires via Google Forms, and 169 respondents were obtained with 112 valid data. The data was processed using SmartPLS for descriptive analysis and statistical analysis. The results of the study concluded that seven hypotheses out of 13 hypotheses were acceptable. The factors that influence continuance intention to use are user satisfaction and flow experience. User satisfaction is influenced by perceived usefulness and flow experience, then perceived usefulness is influenced by confirmation, and finally, flow experience is influenced by confirmation and perceived challenge.*

**Keywords** : *Continuance Intention to Use, Zenius, Expectation Confirmation Model (ECM), SmartPLS*